



实景拍摄图

健康社区 万科紫台

GLORIOUS PALACE

85m²智慧两居 装修成品 即将面市



社区规划约400米环形慢跑步道、篮球场、游泳池、瑜伽馆、植物园、康乐园、亲水园、儿童园、交流园等生活配套。

三大健身场所，五大健康乐园 | 为您定制专属的健康生活方案

DEFINING THE LIVING CRITERIA FOR GOOD APARTMENT

紫台 三好 GLORIOUS PALACE/万科

定义好房子的居住标准

686 55555 青岛·新都心



开发商：青岛新都心置业有限公司 营销代理：新观康(中国)·青岛 整合推广：深圳优点广告

本宣传册为要约邀请，不构成要约。万科紫台项目的销售情况以万科紫台售楼处公示为准。万科紫台项目的销售情况以万科紫台售楼处公示为准。万科紫台项目的销售情况以万科紫台售楼处公示为准。

邻居 VANKE LIFE

2014 NO.10 创办于一九九二年四月



北京万科青青家园粉扑一家 FAMILY TALK SHOW IN EVERYDAY 论家庭生活中的捧逗

P12 社区观察 指尖上的社区生活

Vanke 邻居

2014 NO.10



扫描二维码关注“邻居”微信公众号



2014年10月 邮发代号：46-301 定价：人民币16.00元

ISSN 1006-219X



9 771006 219000

万科物业 | 精品传媒

SZYOUTH

深圳青年

VANKE *Life*
2014.10

P36 万科圈子
西半岛摄影圈

P40 芳邻
老南瓜 一条对生活充满热情的鱼

P12 社区观察
指尖上的
社区生活

P30
北京万科青青家园粉扑一家
FAMILY TALK SHOW IN EVERYDAY
论家庭生活中的
捧逗

多乐士家易涂
一个电话 轻松焕新家

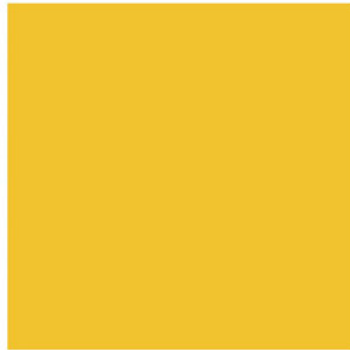


详情请关注多乐士微信号

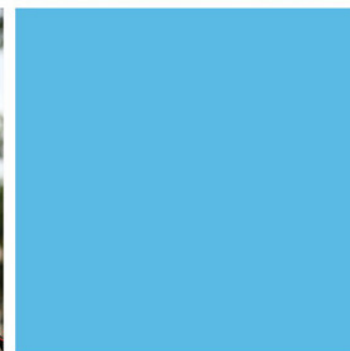
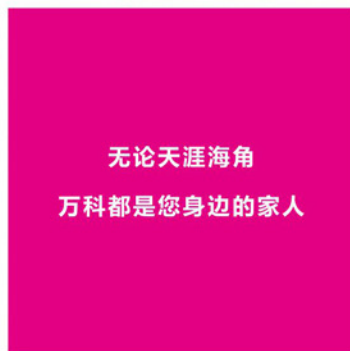
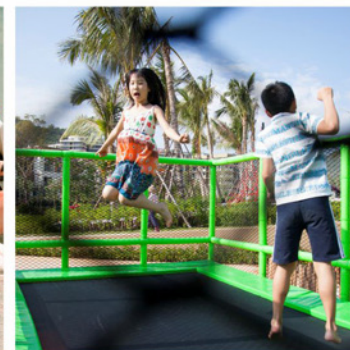


一个电话
轻松四步焕新家





海南万科正致力于改变中国家庭的生活方式，让生活不只是满足简单的衣、食、住、行，还包含精神交流和兴趣偏好。由此打造出以儿童为核心的家庭圈，以自己为核心的朋友圈，社区活跃长者圈，并提供相应兴趣爱好场所。在这里，形成“每个人都幸福，老年人最幸福”的度假体验，和最亲最爱的人一起，找回久违的怦然心动。



找回久违的怦然心动

从8岁到80岁
万科带你感受美好纯真

“走出去长大”夏令营 “永远25岁”健康营 “知行合一”亲子营

旷野上、夜空下，划皮划艇、冲浪、射箭、趣味CS.....离开家长真正独立，孩子们在户外茁壮成长。300多个孩子已经见证的“走出去长大”夏令营，希望您的孩子也没有错过。

与老伴携手天涯海角，漫步大小洞天，探访神秘呀诺达热带雨林，畅享国家海岸海棠湾椰林沙滩，“永远25岁”健康营带长者一起吐纳清新新鲜氧，重拾25岁的青春。

“知行合一”亲子营，和孩子一起野外生存、定向寻宝、生火搭帐篷、农场种菜、独木舟海岛探险、攀岩抱石.....一次次亲密互动，成为家庭永恒的美好记忆。

不断新增的社区文化配套 过有趣味的生活

儿童乐园、龙井问茶、海誓山盟婚礼堂.....数十个特点各异的人性化功能区，为度假注入新血液。

多功能建筑生·美术馆，已成功举办韩家英艺术展和万科新业务思考与实践展，社区专属艺术场所，增添几分浪漫人文情怀。由100个主题植物园、3000种热带植物组成的热带植物园，带来生命活力的同时，也让度假回到本真，唤醒最初的美好。在村民食堂，重温食堂形式用餐，与家人围聚一桌，吃出家的味道。

高密度的社区活动 每天不重样的开心

钢琴独奏会、手工DIY课堂、养生讲座、垂钓比赛.....全年不间断的多样活动，让你找到发自内心的乐趣。

“谁是厨王”厨艺比赛，业主们在开心农场就地取用新鲜食材，秀出拿手家常菜，互相品尝点评，其乐融融。敞亮的乒乓球馆内，少儿乒乓球联赛激发出小朋友们的胜负心，每一分球都全力以赴。落笔书院开办的老人书法班，让长者们书香的氛围中，提笔挥毫，畅谈过去的精彩。



ID® IDEA & DESIGN
理想空间
1989 · 源自香港富运傢俬

要做更好的自己

CONTENTS

- **012** 社区观察
指尖上的社区生活
- **030** 封面故事
论家庭生活中的捧逗
- **036** 万科圈子
西半岛摄影圈
从网络分享到线下交流
- **062** 跑步
杨军
马拉松的重量
- **068** 文化
萧红
每一个男人都是误会
- **082** 旅游
七天相爱伦敦
- **094** 生活灵感
点睛设计单品
空间魔术师

Vanke ^{life}
邻居
2014
NO.10

创办于一九九二年三月
2014 十月号
邮发代号: 46-301
定价: 人民币16.00元



干洁空气
都去哪儿了?

1989年中国可销售汽车56 万辆。
2014年中国汽车产销将超过2000万辆。

干洁空气是指在自然状态下的大气（由混合气体、水气和杂质组成）除去水气和杂质的空气，其主要成分是氮气，占78.09%；氧气，占20.94%；氩，占0.93%；以及其它各种微量气体（如氦、氖、二氧化碳、氡等）。



香港富运傢俬-旗下品牌
www.idfranchise.com

全国热线 **400-677-1989**





出品人 王石
出品人 郁亮
总策划 朱保全
主管主办 共青团深圳市委
协办单位 万科物业发展有限公司
编辑出版 深圳青年杂志社
联合出版《精品购物指南》报社
社长 / 总编辑 王海鸿
副总编辑 黄东和
编委会(排名不分先后)解冻 朱保全 韦业宁 胡贲 向云 谢炜
张书新 李文 王明亮 李振华 徐方 郭有祥 管洁 乔福刚 谷玉恒 赵跃红

执行出品人 慕春彦
执行主编 王华
编辑总监 张毅
资深编辑 谷月 金春 王佳庆 杜鹏硕
统筹总监 孙甲
美术总监 李峰
美术编辑 叶舟
流程主管 刘玥
运营 精品利嘉(北京)文化传播有限公司
副总经理 罗文斌 婁子玉
客户经理 齐金柱
策划主管 魏淳
地址 :北京市海淀区中关村大街甲 28 号海淀文化艺术大厦 B1200 (100086)
电话 :010-52392616 传真:010-52392611
新浪微博:@邻居 VANKELIFE
在线阅读:http://www.vanke.com/neighbor

期刊地址 :深圳市福田区彩田南路 2006 号深圳青年大厦
电话 :0755-82528851 传真:0755-83397230
邮发代号 :46-301
国内统一刊号 :CN44-1294/C
国际标准刊号 :ISSN1006-219X
广告经营许可证 :深工商广字 03-3-0023
发行单位 :深圳市报刊发行局
国外发行 :中国出版对外贸易总公司 [北京 782 信箱]
出版日期 :每月 6 日
杂志售价 :16 元

承印 :北京国彩印刷有限公司

欢迎向本刊投稿、提供线索。作者向本刊投稿即视为作者同意本刊将文章纳入本刊电子刊物和衍生出版物的范围。
凡本刊所载文章版权归作者本人和本刊所有,如欲转载,须获得作者本人或本刊同意。

社区的黄金时代

走进社区,正在成为很多行业 and 品牌眼下及今后的战略方向。

在堵车都能堵出增长点市场经济时代,“人群经济”决定了社区的价值。最初社区的商业模式是这样的:先是底商热销,少数幸运儿靠抽签和内部关系拥有一个商铺;而后,旺铺出租的告示吸引了便利店、美容院、饭馆、宠物医院……围绕着吃、喝、拉、撒、睡、玩,一个社区形成了自己的产业链。

进入网络时代,一切都改变了。那些我们习惯了 face to face 的交流和交易,一夜间被网络转换成了 online to offline 的形式,更多的行业与商家有了分食社区蛋糕的机会。身边不乏这样的例子,也就是 1 年前,我们买生鲜果品还需要去家附近的超市或者早市,如今,鼠标或手机按键一动,全国乃至世界各地的新鲜蔬果肉食都在 24 小时内出现在家门口。去年某生鲜电商的送配地址中还只有各大写字楼,今年,小区的邻居家家都有了印着它们 LOGO 的可回收泡沫冰箱,每天超低价的特惠情报也进驻了邻居们遛弯时的热门话题。

“Nextdoor”、“跑腿兔”、“住这儿”……社区 SNS 前浪推后浪地来了,当它敲开社区的大门,无论你是否情愿,都将被卷入这股新服务的浪潮。本期《邻居》的社区 SNS 专题,将为你打开这场潮变的巨浪一角。

本期“社区”的业主圈,瞄准了武汉万科西半岛的一群摄影师,他们用真实经历讲述了万科 APP “住这儿”平台的强大分享功能;在“邻里”部分,封面业主、万科青青家园的知名编剧粉扑一家,以夫妻间的欢乐对话为您演绎了平安喜乐的至高境界;叱咤杭州艺术品市场的画家“老南瓜”、痴迷马拉松的业主杨军,讲述了跑步与字画带给他们的人生蜕变。

本期的“生活”内容,除了与伦敦的一场 7 日热恋、穿越汽车设计师灵感的盗梦之旅、对亲子公益的热切倡导之外,还详细盘点了最近的文化热点——许鞍华 40 年等一回的《黄金时代》。导演说电影之所以取此名,是因为萧红在给萧军的一封信中说:“这不正是我的黄金时代吗?”

就套用这句话结尾点题吧。对于社区来说,它的黄金时代也到了。等到“邻居”的价值被越来越多地发掘,用老北京的话说:您就请好吧! 一种更方便舒适的生活方式,动动手指就能实现。

执行主编 王华
linju@vanke.com



契约精神的意义

在国际化过程中,最有意思的是,这些项目进展之快,都远出我的意料。比如与铁狮门合作的旧金山项目,2012年底开始谈,2013年2月签署合作协议,6月就动工了。万科同事告诉我,虽然是第一次与美国公司合作,但感觉没什么太大的文化冲击。铁狮门和万科之间沟通得非常顺畅,甚至比我们跟中国公司合作都顺畅。

说到这里,我回想起万科真正的“第一次”与美国人合作。那是20世纪80年代末,万科在做一些加工出口贸易,美国企业富兰克林铸币找到我们,希望合资建厂。他们到深圳后,第一件事就是拿出一本书那么厚的合同,里边甚至连工厂关闭后该如何分配厂房的门窗都写好了。这份合同真是让我大开眼界,当时甚至感觉有点被冒犯:这买卖还没开起来呢,就想着散伙以后怎么做,心里总不是个滋味。而当时万科跟别人签的合同,基本上也就几页纸。

也就是这份合同,给我们好好上了一课。从那以后,万科的合同就是一本那么厚,对各种可能发生的情况都有详细约定。几年以后,我们开始专心做房地产,也是第一个在楼书和现场展示中公示“红线外不利因素”的房地产企业。这一切,都源自当年那一堂“契约精神”的课。万科的国际化,如果能走得比其他一些中国企业顺利,可能就是因为透明化、制度化的企业理念,是符合这种契约精神的。

契约精神对现代社会的意义非常重要。传统社会中,人与人之间信守承诺,往往来自于社区熟人之间口口相传和因此形成的道德压力。而在现代社会,随着流动性的增加,熟人社会转变成陌生人社会,一个有契约精神的社会就会获得竞争优势,因为陌生人之间也可以相互信任——新教徒在抵达新大陆之后,往往根据一个人的教派信仰来决定是否与之合作。

而契约精神的起源,可以一直追溯到《圣经》。《圣经》中写道,以扫和雅各两兄弟分别为亚伯拉罕的

长子和次子。有一天以扫打猎归来又累又饿,雅各提出用一碗红豆汤交换以扫的长子权,以扫以主之名起誓。后来当亚伯拉罕想把来自上帝的祝福传给儿子时,就只能传给雅各而不能传给以扫。在这个故事里,上帝是唯一的裁决人,超然于世俗的权威。而缔结契约的双方,都必须履约。

正是这种在神的契约面前一律平等的精神,在宗教改革之后被基督新教发扬光大,成为现代性的要件之一。19世纪英国法学家梅因在讨论欧洲各国古代民法传统时说:“所有进步社会的运动有一点是一致的,在运动发展的过程中,其特点是家族依附的逐步消失以及代之而起的个人义务的增长。所有进步社会的运动,到此处为止,是一个‘从身份到契约’的运动。”

签订合同达成交易,这几乎和人类历史一样古老。古罗马和古代中国都有法律对合同和契约进行管理,但这种合同和契约,是基于身份和社会地位的。

中国古代的户律中就有“典主亲邻优先权”,如果一个人想出让土地,首先应该考虑上一手出让的典主,然后要在家族中看有没有人愿意买,最后才能拿到市场上出售。这是政府在立法时就考虑了儒家的人伦观念。国家所扮演的角色就是最大的家长,“受命于天”,令子民们都各安其位,君君臣臣父父子子。甚至子民之间订立合同,家长都要参与进来,将伦理道德灌输其中,由国家意志来体现照顾亲族,照顾弱者。

这在古罗马也不鲜见,古罗马十二铜表法中就规定了“家父权”,一家之长拥有多项特权,可以处置家族中其他人的财产。古罗马的民法,基本上只到家长这一级别,规定的是各个家族集团之间的关系。

这在传统社会当然是有效的,一个古罗马或者宋朝的农民,可能一辈子就在自己的村庄里生活。他的生活圈子在出生时就固定下来了,朝夕相处,当然能建立起长期而持久的依附与信赖关系。只要大家都扮演好自己的角色,社会就能保持稳定。但现代社会,这种方式获得的信任就因为效率低下而不可行。一个运转良好的现代社会,必然是陌生人之间可以迅速达成合作的契约社会。

但是,传统社会对心理的影响是很难在一代人的时间里消失的,尤其在被动现代化的后发国家,契约精神的发展并不与社会流动性的增加同步,因此,很多人尝试着用传统社会的方法应付现代社会的挑战。

比如,中国人做生意,讲究先建立交情。你我不是陌生人吗?那就先一起喝酒、唱歌,建立交情,成为熟人,彼此认可人品、价值观,甚至家庭出身,那就可以一起合作了。在刚改革开放的时候尤其如此,东南沿海地区则比内地的情况要好一些。可以说,离传统的小农经济和熟人社会越近的时代或地区,这种做法越盛行。

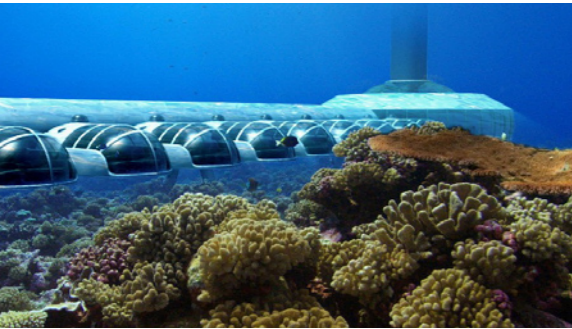
现代社会的节奏越来越快,一个人能建立多少熟人关系?能维护多少熟人关系?现在很多企业家疲于应酬,甚至都没时间花在企业内部管理和战略规划上,就是因为需要维护的关系太多了。甚至对很多中小民营企业来说,企业能做多大,取决于企业主能维持多大的社会关系。

把规模做大的民营企业,都是能够摆脱这种依赖熟人关系和身份地位来达成合作,从而建立现代企业制度的企业。现代企业制度是以契约为核心的委托代理机制,不依赖于个人或者个人的关系网络,不会像当年山西票号一样,东家想辞掉掌柜,掌柜就要求手下所有人一起辞职,这企业就办不下去了。

为了实现陌生人之间的合作,契约精神应当体现在现代社会交往的各个层面,无论是国家、社会、企业,还是个人与个人之间。这就是知情同意的力量,自由的个体之间,在掌握了充分信息,不故意隐瞒,不被外力胁迫的情况下,自愿签订的契约,就是一份需要每个签署人遵守的神圣约定。这份约定是平等的,不能因为身份地位,或者亲疏远近的不同而在执行中打折扣。而国家的责任,不是在个体之间寻找需要保护的弱者或者亲者,而是保证契约能够得到执行和遵守。



有关生活、文化、科技的新鲜消息
编辑 / 金春



全球最大水下酒店波塞冬酒店占地约 91 公顷,被一个约 2023 公顷的泄湖所包围,这片原始海域拥有丰富的海洋生物,酒店着力打造“精英旅行”,套房窗外可看到令人窒息的珊瑚美景和丰富的海洋生物。

实验发现夜越深梦越奇 研究者认为可培育梦

美国《时代周刊》网站 9 月 18 日发表题为《夜愈深,梦愈奇》的文章称,随着夜越来越深,梦会越来越奇异。

文章称,这项新的小型研究报告发表在《梦》杂志。研究人员在两个夜晚给 16 人配备了睡眠监测眼睑传感器和头部传感器,然后在夜间四个不同的时间点叫醒他们,问他们做的什么梦。早上让他们听梦并回答有关问题,比如所做的梦跟他们醒着的生活有什么关联。

参与这项研究的英国贝德福德郡大学认知心理学的讲师乔茜·马利诺夫斯基说:“我们发现,从夜初到深夜,梦越来越奇异。”她说,越晚做的梦越荒诞,越不可能,在现实完全不可能发生,“比如野兽糟蹋你的后花园。”随着夜越来越深,梦也越来越感情化——积极和消极都有。

在睡眠初期,人们梦到的更多是他们白天接触的媒体,比如看的电影或读的书。而梦到有关醒着的时候发生的事情多是在后半夜。

有些梦研究人员,包括马利诺夫斯基博士认为,可以通过“培育梦”来让大脑做有关某个问题的梦,这样的梦可能有助于我们解决问题。马利诺夫斯基说,研究这些梦有助于人们了解自己的行为、想法和感受。

乔茜·马利诺夫斯基通过自己的研究,试图让人们更加重视梦疗法。她对《时代》杂志说:“人们真的喜欢做梦。梦就像安全空间一样。因为有些梦太离奇了,人们觉得他们没有做过那样的梦。但是那是了解自我的一种安全途径。”

美国加州发无人驾驶汽车许可: 谷歌等获准

从 9 月开始,所有无人驾驶汽车必须获得美国加州政府颁发的许可,才能在公用道路上行驶。而谷歌、奥迪和奔驰则成为了首批获得许可的企业。谷歌的无人驾驶汽车过去几年取得了长足发展,在没有人工干预的情况下,完成了 70 万英里(约合 113 万公里)无事故行驶里程。但从本月开始,无论是谷歌,还是任何一家希望发展无人驾驶汽车的公司,都必须获得政府许可才能在加州上路行驶。

加州机动车管理局上周发布了首批 29 份无人驾驶汽车上路许可,其中有 25 份授予谷歌,使之可以在公用道路上测试 25 款经过改装的雷克萨斯 SUV。与此同时,奥迪和戴姆勒-奔驰也各获得了两份许可。

这项规定的目的是为无人驾驶汽车赋予合法地位,并对这项新兴技术进行监管,从而确保加州仍能走在科技前沿。“无人驾驶汽车是交通运输的未来,它在安全和机动性方面的潜力十分巨大。”加州机动车管理局局长简·西奥莫托(Jean Shiimoto)说:“在公用道路上测试是发展这项技术的第一步,加州机动车管理局很高兴能在本州促进无人驾驶汽车的进步。”

坏消息

特斯拉创始人称人工智能潜在危险超过核武器

据国外媒体报道,埃隆·马斯克是超智商电脑研发背后最大的推动力之一。这种电脑能够为太空旅行、电动汽车等一系列领域带去福音。但这位特斯拉公司创始人表示这项技术在未来的某一天给人类带来的伤害可能超过核武器。在他看来,未来可能爆发机器人起义,给人类社会构成严重威胁。

马斯克现年 42 岁,对人工智能的未来充满担忧。他也投资了几家人工智能公司,但目的并不是赚钱,而是密切关注这项技术,防止其失控。3 月,马斯克投资旧金山人工智能公司 Vicarious。一同投资这家公司的还有马克·扎克伯格和艾什顿·库奇。Vicarious 的终极目标是研制能够像人类一样思考的电脑。公司联合创始人斯科特·菲尼克斯表示:“这种电脑不仅能像人类一样思考,同时还不用吃饭或者睡觉。”

马斯克在接受 CNBC 采访时表示:“我认为这是一种潜在危险。讲述这种危险的影片很多,例如众所周知的《终结者》。这种危险有时会带来严重后果。我们应该确保产生好的结果,而不是结出恶果。”

美国西部大旱地裂湖干:居民从消防栓偷水

自从 2014 年 8 月 19 日以来,美国加利福尼亚州奥罗维尔湖几近干涸。随着加州连续第三年遭遇极度旱情,湖泊和水库水位持续下降,已经处于历史低点。2014 年年初,内华达州的洪堡河 Rye Path 水坝已经没有水。目前,内华达州 81% 的地区处于干旱状态。加州沙斯塔湖(Shasta Lake)水位更是下降至历史平均水平 65% 以下,当地政府实行紧急限水措施,防止居民用水太多。

十数字

20 年

外媒称,一位科学家预测,随着干细胞疗法和再生疗法的快速发展,在 20 年内可能会人为地让更年期消失。

英国《泰晤士报》9 月 20 日发表题为《科学发展接近于让更年期消失的阶段》的报道称,口服避孕药或许已因促进女性解放而受到广泛赞誉。不过,一项甚至更为激进的进步可能即将产生。

一位特立独行的科学家开创的相关理论指出,人们能够使衰老过程停止甚至发生逆转。报道称,奥布里·德格雷博士说,干细胞疗法和再生疗法的快速发展意味着,当前存在的关于女性何时能怀孕和分娩的年龄限制在可预见的未来有可能几乎消失。他说,由于卵巢只是另外一种器官,所以没有理由可以解释为何不应把抗衰老治疗扩展到与女性生育期限相关的领域。德格雷说:“我们可以通过刺激或补充干细胞让卵巢重新恢复活力。我们还可以利用组织工程学方法像制造人造心脏那样创造出全新的卵巢,存在着各种各样的可能性。”

2000



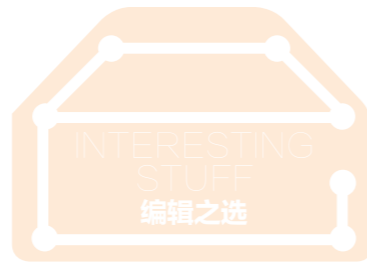
近日,科技部科技基础性工作专项部署了“我国近海海洋生物 DNA 条形码资源库构建”项目。该项目由中国科学院海洋研究所承担,计划用 5 年时间建成海洋生物 DNA 条形码数据库,形成一套海洋生物鉴定识别的标准体系。据介绍,研究人员将首先选择我国近海原核生物、植物、浮游动物、大型底栖无脊椎动物及鱼类等类群中常见的、关键的、有代表性的、与人们生活密切相关的重要海洋生物物种,进行 DNA 条形码序列提取和数据库构建。预计在未来 5 年内搭建起一个涵盖 2000 个物种的 15000 条标准数据的基础 DNA 条形码数据库。

书单

《不容青史尽成灰》 ——隋唐宋元卷

《不容青史尽成灰》系列图书将目光对准那些被常规历史图书所遗忘的,不为人知的,但又确实在历史进程中起到过关键作用的人和事。带领大家一起走进历史现场,亲近历史人物,寻找那些不为人知的人与事。《隋唐宋元卷》带我们走进中国历史上最密集的王朝更替,短命的隋朝为何说它那么牛,而逼迫盛唐的突厥是怎么回事,唐王朝建立的精神导师隐匿在哪里,而玄武门之变的罪臣们如何度过他们的别样人生?这一切,都等待你的发掘。

别以为收拾东西是一种放空脑袋也能干的活儿，不带点儿精气神儿，你还真做不好。



有关精致生活的良品推荐
编辑 / Gail 撰文、图片 / 王硕



Blueounge StudioDesk 整理桌

它是专为办公人员开发的电脑桌，位于电脑后方的一道凹槽，可以把所有的电线、充电线都集中到一块儿，确保桌面看上去足够干净。而放电脑的位置则有一个仿皮的可滑动桌垫，提供不错的触感之余还进一步增加了它的灵活性。拉开就能藏点儿零食，相当实用。

ECOXGEAR Website 三防收纳盒

夏天来临的时候，当你想出去时，需要带钥匙包、手机、零钱、身份证、银行卡等，是不是觉得本就穿着不多的身上，突然多了很多零碎呢？ECOXGEAR 这款三防收纳盒帮你轻松收纳起所有你需要的东西，还有防水防压等功能。



Metal Pluk 果篮

我们有理由相信，这个东西的灵感创意来自于为了防老鼠偷吃的房梁吊篮。它的主体结构是由两个圆环交叉起来的球体，然后用弹力绳在中间穿出网纹。如此一来，你可以轻松地把苹果、柚子等水果塞进去，想吃的时候轻轻一挤就能取出来。也许你认为，它的工作果盘也能完成，而且还更方便。

Royal VKB Table Island Tidy 软木托盘

我猜，在你家的鞋柜上一定有一个托盘让你可以放钥匙、钱包、硬币、太阳镜等这些零碎的物品，现在你的办公桌也需要这么一个家伙来结束凌乱的局面。这个 Royal VKB Table Island Tidy 软木托盘就是一个很不错的选择。



Elevenpl 苹果笔记本多用包

这是一个设计非常用心的笔记本电脑包，可以说是面面俱到。乍看之下，你会被它的简洁设计所折服，而实际用起来时，你又会发现它是个功能强大的“实力派硬件”。在对开式的两旁，你不仅可以放入笔记本这一主角，连耳机、手写笔、数据线、充电器等一系列杂物，也能在此找到容身之所。

GRID-IT 装备整理板

外出时，总会看到男人女人可能会背着或挎着大大的包。当夏天来临时，这些包可能会成为一种沉重的负担。Grid-IT 装备整理板为你轻松整理收纳你需要的一切，方便快捷地装在一个小包里，然后安置清楚，也方便取出。简易地装备，让你在夏季出行变得清爽了许多，不再是重重的包，或凌乱的挂坠。



Punkt ES 01 理线器

看着办公桌下过长的电线卷曲在一起，根本就心情展开工作么？你需要这款 Punkt ES 01 理线器。它并不是简单的将过长的电线卷起来这么简单，它甚至还能当做这些繁杂电线的总开关。

Sending Animals 储藏柜

就算住进了都市，我们也可以在屋里“养”一头牛。这个储物柜被设计成了牛的造型，可以从一侧打开，它由多个可自由拼组的箱体共同构成，中间放了一个隔板，并且可以放上两个抽屉，能够放下你家的全部餐具。



Emmanuelle Moureaux 设计彩虹储物柜 Mille-Feuille

也许每种颜色都有它所对应的心情，但当所有颜色都聚在一起时，那肯定代表了“愉悦”。这个由旅日建筑师 Emmanuelle Moureaux 设计的储物柜，就选择了非常讨喜的彩虹色。它采用了高密度的纤维板设计，全部纯手工上漆，设计师在其中隐藏了许多抽屉，整个立柜其实就是一个百分百容积的收纳盒。

Studio Job Gufram Globe Storage Cabinet 柜子

如果你对家里的橱柜视而不见，那说明它无法给你不期而遇的惊喜。但意大利 Gufram 工作室的这个产品就不同了，明黄色调显得非常活泼，而柜门正中间嵌进了一个地球。而设计师的想法就是让你用它，去收存那些从世界各地带回来的珍贵纪念品。上面的拱顶里收存各种纪念品摆设，中层放各种旅行书籍和手札。





COMMUNITY SNS

指尖上的社区生活

编辑 / 杜鹏硕 撰文 / 杜鹏硕、王佳庆、谷月 图片 / 东方 IC

“科技改变生活。”现在看来,此言不虛。科技让地球更小,让我们更近,也让很多事情做起来更加简单。当我们在半个世纪前享受大杂院中邻里间的其乐融融时,不会想到几十年后钢筋水泥反而成为生活的牢笼;当人们习惯了冷漠地自我生活时,科技又让我们足不出户便可轻松交流。智能手机和各种应用的出现让社区变得更加鲜活。它像一张网,将每一位业主连接起来,把最新鲜的活动、最有趣的资讯传递给大家,再从每一位业主的智慧中汲取营养,滋润整个社区,乃至全国的百万业主。这就是互联网时代的新世界,只要动动指尖,便融入了全民参与的全新生活方式中。

随着智能手机以及通讯网络的发展,手机应用已经进入千家万户。这不仅是年轻一代所熟悉的数字时代,更是引领了社会范围内的沟通变革。这种变革不仅是形式上的,更因此产生了理念的转变。社区通讯自然也成为时代浪潮中的一部分。

回想十年前,中国人的社区沟通主要依靠腿和嘴。腿,就是挨家挨户的走访;嘴就是大喇叭式的广播宣传。除此之外,还有张贴的告示和通知。这三样基本上成为物业、居委会与居民沟通的最主要方式。

而说到邻里之间的沟通,则完全依靠个人性格和对彼此的认可度。如果是比较外向的人,又彼此投缘,则有可能成为一对好邻居,不但可以共同交流、组织活动,甚至还会互相帮助,成为邻里楷模;但如果碰上宅男型的邻居,那就基本宣告了老死不相往来的邻里关系,各安天命,各自快活。这种由钢筋水泥构筑的“邻里潜规则”在中国的大城市中比比皆是。

还好,高速发展的网络时代已经到来,人们的沟通方式发生了根本的改变。如果说短信还曾经逼迫大爷大妈们补习了一遍汉语拼音课程的话,那么微信的语音功能则彻底解决了人们沟通中的难题。而且相较短信的冰冷文字,语音留言更能准确表达真实情感,让人容易接受,也更加直观。更重要的是,只要拥有了套餐服务,流量基本不是问题。

由此带来的结果正是微信的大行其道,最重要的是,它影响的群体已经不仅局限于追求时尚和新时代速度的年轻人,而是将自称为“电脑文盲”的大爷大妈们笼络进来,共同

分享了新时代的信息速度。

当他们学会了使用微信,自然而然地开始对手机上可以下载的其他软件产生兴趣。更重要的是,他们的沟通方式随着这些软件的到来悄然发生了变化。社区 APP 正是其中之一。

李阿姨是北京菜户营街道的一位老居委会主任,作为“电脑文盲”的一份子,她对新兴沟通方式的评价非常直观:“过去居委会组织开会,要一个个电话打过去,如果需要居民代表参加,还要协调大家的时间和场地。开会是一件非常繁琐的事情。现在大家都有微信,我们只需要把商议的主题放在微信群里,大家可以随时发表意见,进行讨论,也不需特定的场地和时间。大大提升了办事效率。”李阿姨边说边拿出手机,向我演示她们居委会微信群的活跃度,几乎每天都有大量的信息不断发送与接收。

作为一名在居委会工作了近二十年的老主任,李阿姨对时代洪流的最深感触就是便捷。而对于传统的工作方式,她并不摒弃。这一方面是因为菜户营街道属于老旧小区,缺少新鲜管理模式的注入;另一方面,也是因为这些年过半百的阿姨们并不具备真正融入数字时代的基础。她们充满好奇,却不知如何开始。当我向她展示并讲解手机中的各种社区应用时,她像小学生一样瞪大了眼睛,认真看着我的每一步操作,惊讶于软件所能实现的各种功能。显然,她对这些社区 SNS 有着本能般的兴趣,只是时代浪潮总是波浪式地前进,并不是所有人都能赶上第一波。

当社区 SNS 来敲门

央视曾经以《中国人邻里关系调查》为主题,对中国 15 个大城市抽样调查,结果显示,84% 的人与邻里几乎完全不认识。邻居们如今不再靠茶余饭后大树下乘凉的空隙熟络,大家依靠的或许是微信、微博,或者各种社区的 App。在虚拟的网络上先成了朋友,才有可能在见面时开展真实的社交。

这是一个不得已的改变,时代在说话,凡人只能保持沉默。包括我们过去觉得必须 face to face 的交流和交易,都可以在网络上变成 online to offline 的形式。这让 SNS——社会性网络服务变得真正开始改变我们的生活,改变我们的生活方式了。



“邻居”不是“朋友”

SNS, 全称 Social Networking Services, 即社会性网络服务, 专指旨在帮助人们建立社会性网络的互联网应用服务。说起社区 SNS 软件的发展, 就像风靡全球的社交网络鼻祖 Facebook 一样, 美国的 Nextdoor 也给世界树立了一个榜样。

在介绍 Nextdoor 之前, 先引用一段该网站创始人 Nirav Tolia 在接受采访时说过的一句话, “你的邻居和你的朋友是不同的。”

Tolia 说出了一事实, 尽管现在“朋友”这个概念比较模糊, 似乎什么人都能够成为“朋友”, 但如果严格定义这种关系, 能成为“朋友”的人之间需要比较一致的价值观念和行。然而, 成为“邻居”的人之间, 未必拥有这样的基础, 大家不过是因为住在一起而认识。从这点来看, “邻居”是一种比较浅的关系。

然而, “邻居”毕竟和一面之交的朋友不同, 由于大家住在一起, 有共同一致的利益, 这让邻居之间有一个比较一致的讨论母题。而且大家抬头不见低头见, 交流频繁,

不一定比朋友少。

这就像今年好莱坞的一部喜剧大片《邻居大战》一样, 你无法选择你的邻居, 但却可以选择对待邻居的方式。而影片中的邻居大战正是因一句善意的谎言引发的。有趣的是, 这也正是“高瞻远瞩”的 Nextdoor 建立的原则——透明与真实。

Nextdoor 于 2010 年创建于旧金山, 堪称当今社交网络中的异类。Nextdoor 注册过程非常繁复, 要求用户提供真实身份与住址。若有人发出帖子, 只能被其周围社区的人看到。此外, Nextdoor 传播信息的过程中, 没有分享或转发按钮, 其给人的感觉更像是现代版的留言板或网络论坛, 而不像社交网络。但是 Nextdoor 却在全美广受欢迎。

今天, 已经有超过 4.2 万个社区的邻居在使用 Nextdoor, 覆盖全美 51 个城市, 而且正在向国际扩张。“The private social network for your neighborhood”, 是邻居的私人社交网络, 不仅能保证一定的私密性, 仅仅让你的需求发布在可以帮到你的邻居中, 也能真正地解决邻居的需求。

事实上, Nextdoor 发现邻居之间交流的话题很广泛, 从附近的房产情况, 到本地服务推荐、社会时事等。从这方面看, “邻居”又是一种比较深的关系, Nextdoor 的价值正是立足于此, 在普通社交网络上的对话不一定是真实的, 并且会担心个人财产受损, 可是在这里, 邻居们说的话是真的。

Nextdoor 的迅速崛起, 一是得益于它为社区居民提供的精心服务; 二是因为它另辟蹊径, 找到了一个社交人群的空白——邻居。在这个平台上, 只需要输入你的居住地址, 便可以发现你的邻居, 邻居之间可以不时地分享与他们的居住地相关的信息。

应该说, Nextdoor 为之后的社区 SNS 软件确立了

一条最基本的原则——真实。与 Facebook 或者 Twitter 不同, 社区 SNS 软件所公布的信息与社区中的每个人都息息相关, 资料的真实性容不得半点水分。如果再回过头来审视今天在中国迅速兴起的各种社区 App, 那么它们之间都有这样一个共同点——资料的真实。

需求决定服务

如果说 Nextdoor 为社区 SNS 软件制定了一个基本准则, 那么在此基础上发展起来的各种应用则开始转向不同的功能, 而指引它们的, 正是邻居们的切实需求。

2008 年 2 月一个寒风凛冽的晚上, 当时年仅 28 岁的 IBM 工程师布斯克发现自己的黄色拉布拉多犬科比没有狗粮了。当时他就想找个人出去帮他买狗粮。布斯克说: “我想要是有这么个网站就好了。对任何跑腿任务可以明码标价。我想家附近肯定有人愿意有偿为我购买狗粮。”

在这个灵感激发下, 四个月后布斯克辞掉了 IBM 的工作, 开办了自己的公司。公司最初的名字叫做“帮我跑腿”(RunMyErrand)。公司从天使投资和创业孵化组织那里获得了资金。网站于 2008 年 9 月上线, 到了第 2 年 3 月网站约有 100 多个注册跑腿者, 完成了数百个任务。而后, 这个网站已经改名为 TaskRabbit, 在 19 个城市拥有数千名跑腿者, 每月要完成数千个任务, 任务种类从组装宜家家具到购买啤酒, 五花八门。

有趣的是, 跑腿兔们在网站上有一个类似游戏的升级机制, 不同的级别可以说明自身的资历。TaskRabbit 会从每次任务中抽取 12% ~ 30% 作为佣金。价值较低的任务佣金抽取率较高。客户用信用卡支付, 跑腿者的收入则被汇入 TaskRabbit 账户, 每周五可以提现。

需要帮助的人想要实现几大功能的预约, 只需要输入所在地域的邮编, 需要完成的时间段, 就可以选择出满足自己的跑腿兔们。



这个网站很轻松地把你和周边的邻居联系起来,服务需求者和服务提供者可以轻松通过网络对接。你可以完全信任这些服务提供者,因为网站已经对这些人进行了审查,包括查阅人员的身份认证、犯罪记录,并且会进行面谈,以及对他们进行培训。

现在,TaskRabbit 已经是一款覆盖美国 18 个城市以及英国伦敦的社区生活助手类的网站,四大服务功能简单明了。主要包括清洁、手工作业、私人助理和搬家。假如你有 Facebook 账号或者 Google 账号,就可以很方便地注册为寻找帮助或者提供帮助的人。

TaskRabbit 正是基于客户的需要,通过简单的步骤提升了“懒人”的生活效率:第一步,网站帮助你找到最适合你需要的人;第二步,把你不想做的事外包出去;第三步,你就尽情做你想做的事儿吧,这个网站可以让你享受自己愿意做的事情,活得更轻松、更睿智。

在互联网高度发达的时代,优秀的东西会迅速在全世界蔓延。在国内,2012 年,重庆也出现了一个类似“跑腿兔”的线上服务平台,是中国电子商务垂直领域最受消费者欢迎和最具有影响力的电子商务网站之一。在线销售排队、代办、家政、陪同、学习、网络、企业、创业等跑腿代办服务。另外买家还可以快捷发布跑腿任务,让入驻商家直接投标。

可以说,社区服务的大蛋糕已经被智能互联网重新切割,那些“深得民心”的服务平台无疑将成为最有力的竞争者。

服务决定未来

TaskRabbit 为中国的投资者们提供了一个值得借鉴的服务模式。在 4S 店需要靠修车而不是卖车赚钱时,地产商们也在开始学会从卖房向卖服务转变。

“房子只能卖一次,社区服务可以做 70 年。”这一说法可以解释房地产商涉足社区服务 App 的重要原因——对房地产商或者物业来说,拓展社区内的生活服务业务,除了可以给业主提供更完备的服务;更是一个扩大自身经营范围,获得做物业服务增值的途径。

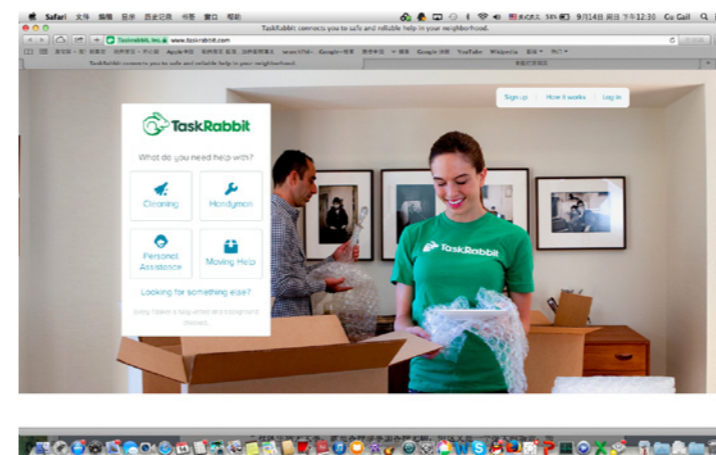
在国内的一些社区 SNS 应用中,大部分产品都在专注于为业主提供尽可能便利的日常服务。比如鼓励业主通过移动 App 缴纳物业费,利用 App 提供社区团购、周边优惠、代购、装修、家政、洗衣、驾校学习等服务,其中既有像地产商龙湖集团的“龙湖社区通”,也有如深圳物业公司彩生活推出的“彩之云”。可以说,无论是地产集团,还是物业公司,都已经意识到新数字时代社区服务的变革已经来临。

除了以上两个试水社区 SNS 的公司,其实社区生活 App 还有一个更大的玩家,就是万科。万科总裁郁亮在今年陆续造访阿里巴巴、腾讯和小米,向外部透露了其对互联网、移动互联网的兴趣和以此改造万科的决心。

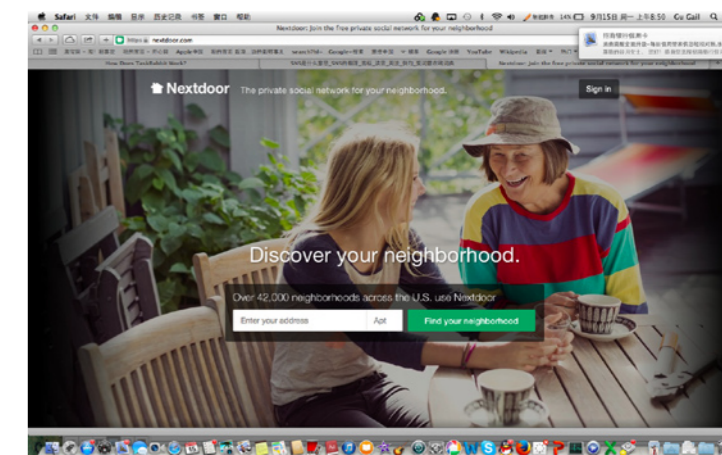
而早在 2013 年,万科已经上线了一款基于社区生活的 App“住这儿”。这款辐射万科各社区周边服务的应用,试图通过社交、O2O (Online To Offline 在线离线/线上到线下)等方式将业主与社区周边的商户更紧密地联系起来。

万科创始人、现任集团董事会主席王石在接受采访时表示,万科未来五年要面临的两个挑战分别是:如何从一个住宅开发商变成一个城市产品供应商,以及如何适应移动互联网时代。

这就是社区 SNS 时代,当它敲开社区的大门时,无论你是否情愿,都将被它卷入这股掌上服务的浪潮中。虽然它不会从根本上改变服务的内容和需求,但是服务通道的转变依然带来效率的巨大提升。如果你没有驶上快车道,那么就会被远远地抛开。



社区 SNS 软件 TaskRabbit



社区 SNS 软件 Nextdoor



万科的指间社区 我们都“住这儿”

当越来越多的人被冷酷的钢筋森林孤立成为一座社交孤岛,非工作的交流显得那么稀有却重要。同处一座城市的朋友之间难得见一面,相邻的邻居连长相都记不清,经常网络互动的“朋友”是男是女都无法确定……这样的生活还有什么趣味?怀念那个和邻居小伙伴们相互串门的温情年代吗?想找回青春时期志同道合的朋友们一起投入做事的热情吗?住在万科,这都不是梦。“住这儿”让你的生活更精彩。

什么是“住这儿”?

假如你的手机是 iOS 系统,扫描左侧二维码并下载安装,然后按照流程注册,你就会如同发现一座新大陆一样爱上“住这儿”。简单来说,“住这儿”App 是由万科物业负责开发,面向全体万科业主、住户群体,致力于打造便捷的物业服务、丰富的社区交流与便利的商圈服务的交流平台。在网络交流渐成社会主力的现在,人们越来越依赖于网络服务的触手可及,而这正是传统的物业服务、社区交流所缺少的。现在,有了“住这儿”App,它的出现无疑助力了物业服务再升级,为实现构建新型邻里关系以及创建智慧社区奠定了良好的基础。目前,“住这儿”在 App Store 生活类应用长期排名前 100。

要问这款 App 为何如此受欢迎,那就要看它拥有哪些服务了。“住这儿”的功能可分为三大模块:邻里交流、物业服务、生活平台。邻里交流模块主要为业主们提供一个线上沟通的平台,业主可以在这里发帖分享、组织活动、讨论社区热点,甚至拍照曝光社区不良行为。

物业服务模块可以让业主享受方便透明的在线服务,比如查询物业费、一卡通账单、邮包,或进行投诉和报修等;生活平台模块旨在打造便捷的周边生活服务并激活社区的闲置资源,业主可以在这里浏览周边商家、下订单、对周边商家进行推荐和评价,甚至也能成为社区能手,利用自己

的闲置时间帮助邻居。可以说,日常生活中,无论是交流分享、物业服务还是消费娱乐,“住这儿”都能在手指间成为你解决问题最得力的助手。

“住这儿”实例

终身大事“住这儿”解决

今年 8 月 2 日的中国情人节“七夕”节,一位万科业主通过“住这儿”App 发布了一则征婚启事,还配了一张无 PS 的照片以及对另一半的简单诉求,帖子发出后,不但得到了强势围观,还吸引了一大群人推荐自荐,由于“住这儿”的用户圈子几乎都是围绕万科社区的,无论从用户质量还是数量上,都相当靠谱,结果自然不必多说,牵线成功!

谁要跟我一起玩?

天高云淡,清空万里,突然好想结伴山地骑行,可是却苦于找不到同行的小伙伴?快来“住这儿”发个活动召集令,或者可以在这款 App 中报名参加自己感兴趣的活动中。志趣相投的小伙伴们一起投入地做一件事情,别提多开心了,回来还能晒图片,和更多的朋友一起分享。

一键报事

看到社区有人随便乱扔垃圾却没有人打扫?社区违章停车影响行人安全?传统的解决办法自然是去物业办公室投诉,等待员工的解决。可现在,只要动动手指头,拍张照片上传投诉,就能得到有效的解决。最主要的是,所有业主都能一目了然地看到小区内所有投诉事件处理前后的对比,从而达到加快投诉进度,促成全民监督的效果。

还有更多

当然,“住这儿”的功能还有更多,物业费查询、物业费在线支付绝对是网络一族的挚爱,而访客通行证和手机开门,则让人直呼“酷毙了”。你还可以通过它查询社区周边的各种餐饮娱乐等配套商业的信息,人均消费、客户点评等应有尽有,让你不愁无处消费,并且更加物有所值。





吴龙
万科物业
数据与信息中心总监

Q:《邻居》A:吴龙

“住这儿”未来会更强大

Q: 能否介绍“住这儿”这款产品开发的源起? 它的定位是怎样的?

A: 社区需要一款手机App。大家在社会上有很多方便有趣的App可以用,但是在回到家的时候只能用非常传统的方式与物业、社区商业沟通:面对面、打电话。这种传统的沟通方式对于依赖网络的现代人来讲,既不方便,效率也低。随着移动互联网的兴起,其实已经有了很多社区App,但是这些App更多的从商业角度出发,核心是社区“黄页”。本着服务于业主的原则,我们决定开发一个格调高一点的社区App,为了体现以业主为核心,我们为它起了“住这儿”的名字。刚开始做这款App的时候其实有点困难,大家用智能手机最多的功能除了打电话以外,就是看微博微信、导航、打游戏什么的。设计师需要想明白我们业主和客户在对手机这块小屏幕的时候想干什么、能干什么。在否定了直接广告、卖东西这类社区APP常见的功能后,我们需要找到新的方向。当时微信刚刚火起来,我们天津公司的同事通过微信开通了一个公众号。有很多业主就通过这个服务号来报事,与其他业主沟通啊什么的。我们仔细研究了这个公众号上面用户提交的3000多个帖子;又与社科院合作,对中国的社区形态、物业现状、业主需求等方

面进行了深入的研究;同时,还深入地分析了当时国内最火的社区网站,比如北京的天通苑,去看看客户都发了什么类型的帖子,与社区的商业是怎么互动的。最后,团队决定“住这儿”应该是一条能够把住户、物业公司和社区商业有机联系起来的桥梁,从某种程度上也能促进现实中这几方不太融洽的关系。

要说定位,最主要就是“方便”。虽说是智能手机,但是屏幕非常小,要能用的话必须要简单方便。比方说现在最常用的功能“随手拍”,客户走在小区里,看到哪里有坏了、脏了这些看不顺眼的现象,用“住这儿”一拍就可以。我们在深圳有一个专职的团队负责监控调度客户的报事,只需要几分钟帖子就已经转化成工单派发给我们的现场的工作人员。整个处理的过程也是通过“住这儿”全透明。在最新的版本里我们把负责处理工单具体员工的姓名、手机都开放出来,就好像在淘宝上看快递单的状态似的,谁在处理,到什么环节都能查得到。

Q: 我们看到“住这儿”App也是在不断的迭代升级中,未来它将带来哪些更多的价值?

A: 用一句话来说,我们希望实现的价值就是住得

开心。大家买房子都是为了居住,社区环境方便干净整洁安静,邻居之间看着顺眼、互相认识,最好有需要的时候互相帮帮忙什么的那就是最好了。房子哪儿坏了要修的有人给操个心,小区边的小店也能经常帮衬一下……其实也不图什么大富大贵的,舒心是最重要的。看看哪些能实现,我们就开发。就拿我自己来说吧,经常手里拿着东西找业主卡特别不方便,所以我们就开发手机开门的功能,还有访客二维码什么的。这些功能都很新,业主,包括我们自己的员工都有一个适应的过程,有些小区的硬件设施也需要做些相应的改造。等这些功能都用起来了,我们再听听大家的意见,把活儿干细一点,再优化优化。

Q: 我们看到“住这儿”App现在已可以实现很多物业服务的功能,在它的背后是不是还有一张更大的内部网络去支撑解决业主的服务需求?

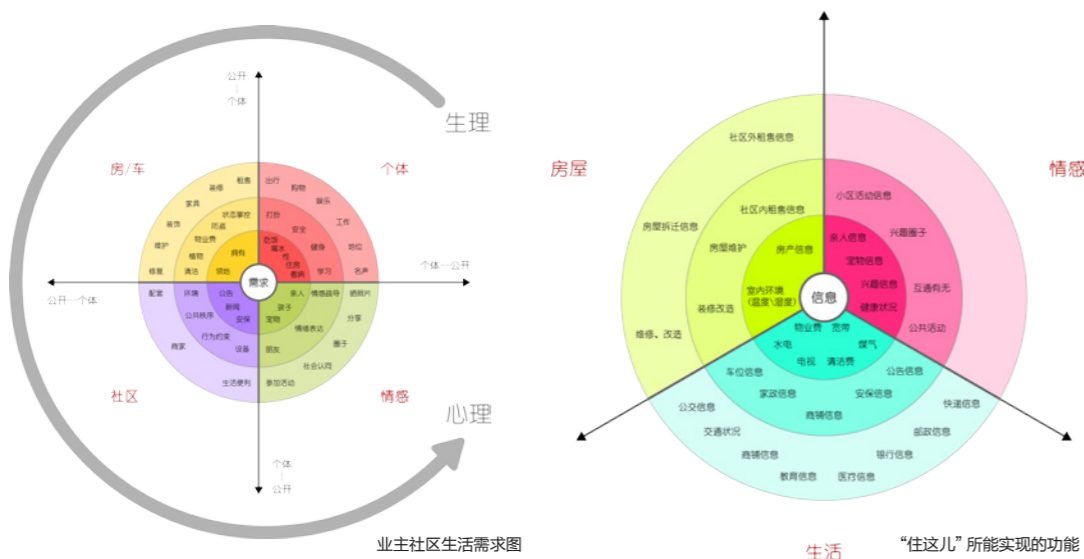
A: 嗯。很难说是一张网络,有很多个模块倒是真的。所有的功能实现都需要后台的支撑。比如说手机开门吧,用蓝牙来实现开门在技术上不是很复杂,但是确定给谁开就有点复杂了,这里面就需要有鉴权的过程。再比如说刚才说到的派工单,在派单的时候需要远程了解小区工作人员具体的位置,

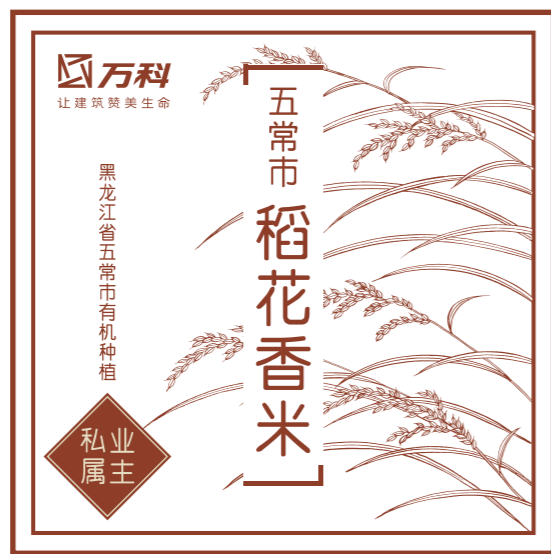
空闲的工作时段、技能以及工具要求等很多信息的支撑,这些支撑是我们的资源管理模块提供的。这些要下去估计要讲好久。总归还是挺复杂的,我们希望客户用的时候越简单越好,复杂的功能我们都放到后台实现了。

Q: 对于这两年国内外不断涌现的社区类App你怎么看?

社区O2O,以及社区App现在是个热点,但是大家也都在尝试。从目前来看,还没有一个相对比较成熟的商业模式。有很多第三方公司在做,也有地产或者物业公司投资开发。

很多社区App还是想走电商这条路。其实卖东西也挺好挺正常的,咱们也不会重农轻商,是吧。但是要怎么看,比如现在的淘宝、京东就非常方便,我也经常在上面买东西。我们也希望万科社区周边的商业很火,这样业主住得更方便。在“住这儿”上我们常常看到有社区小店发的广告,为了方便他们做生意,我们最近推出了新版本的“良商乐”模块,业主可以直接给商家下订单。小区里有专业技能的高手也可以通过“住这儿”发布他们的技能。这些功能我们都是全部免费的,我们希望提供一个平台给大家用。





武汉业主赵先生设计的五常稻花香大米包装,通过微信反馈给“邻居”

微信——邻居一起来

在万科不遗余力地推广 App “住这儿”的同时,不久前,其微信账号“邻居”也悄然上线。虽然同样是万科制造,但是微信“邻居”却和“住这儿”有着本质的不同,它的开放性让它拥有和粉丝互动的可能,从而打造一个“邻居,咱们一起来”的线上活动平台。在“邻居”微信上线仅仅一个多月的时间,其粉丝量已经达到 3 万多人。

微信上,邻居们一起来做一款“咱们的大米”

“邻居”微信的第一个具有代表性的活动是“万科业主私属特供计划”,它是万科物业推出的服务于业主专属的大米私属订制活动。为了能够使万科业主吃上放心大米,从今年的 2 月起,通过对业主群体的意见征询以及多款大米的调研,甚至前往产地与工厂的实地走访,万科初定了五常稻花香大米,并联合中粮集团作为合作伙伴,订购了超过万斤的上品五常桂花香大米。

8 月下旬起,在“邻居”微信公众号上发起了试吃员招募、包装款式、包装设计征集等一系列活动。超过 2000 名万科业主成为试吃员,免费品尝五常稻花香大米。最近更推出试吃员反馈活动,收集试吃员们对五常稻花香大米味道、品质体验的赞赏及意见。

除此之外,还发起了大米包装创意设计征集活动,让业主们尽情发挥小宇宙,设计出一款万科业主私属的五常稻花香大米限量版包装。邻居们一起,做一款“咱们的大米”!

可以说,“万科业主私属特供计划”成为微信“邻居”步入正轨的一针强心剂。一方面它利用微信用户量庞大的特点扩大影响力,同时又为微信“邻居”本身增加了用户数量。

邻居们一起打造的微信公众号

这就是“邻居”微信最主要的功能,它实现了邻居与万科的互动,从而让每一位业主都可以发出声音,共同打造和谐社区。

究其原因,这种邻里与万科的互动正是“邻居”微信特有的沟通形式所决定的,因为它实现了信息的双向交流。在万科向全国业主发送信息的同时,万科业主也可以与万科进行直接的沟通,以最快的方式加入到万科的活动中来,因此大大节省了沟通成本,提升了沟通效率。

类似于招募类的活动便是微信平台最典型的案例。当“邻居”发布一条征集信息后,万科业主可以将自己的信息反馈给“邻居”,进而参加活动。这种沟通方式拥有两大优势:第一,迅速直接,节省了中间流程导致的延误和可能引发的信息错漏等问题;第二,由于是业主与“邻居”微信的单通道双

向沟通,确保了业主信息的私密性,让更多的人有了试一试的信心和勇气,提升了业主参与的积极性。

目前,“邻居”微信正在向万科业主发布招募信息,比如“妈妈的拿手菜”和“单身男女招募”等活动,就是希望通过微信平台让更多的业主参与到社区活动中来,分享自己的故事或者经验,同时业主们也可以通过这个平台得到更多生活上的收获和帮助。

厨艺交流,展示自我,结交朋友,这仅仅是“邻居”微信众多活动计划的开始。欢迎万科业主与我们分享自己的生活故事和感悟。这也是“邻居”微信创立之初的宗旨——“邻居一起来!”它不仅需要其成为万科业主展示自我的平台,更是希望通过与业主之间的互动,形成一个长效的沟通机制,让业主“肆无忌惮”地发表观点,与万科进行无缝对接。



通过“邻居”微信向业主征集活动参与者、试吃反馈和社区调查



调查背景

今年3月,万科应势推出了社区生活 App——“住这儿”,这是一个面向全体万科业主、住户群体打造的便捷的物业服务、社区交流与商圈服务平台。成为物业服务再升级的助手,为实现构建新型邻里关系以及创建智慧社区奠定良好基础。其中有几大功能——随手拍;随手拍分享社区新鲜事,邻里互动零距离。房屋:报修、投诉、查询邮包,贴心服务,轻松享用。物业百宝箱:社区公告,热点,租售,应有尽有。访客通行:贵客来访,畅行无忧。活动:认识邻居,从这里开始。

在此之前的去年7月,万科社区 App“新街坊”在良渚文化村项目正式启动,它由五大服务体系构成:一、物业沟通,及时收取物业公司推送的紧急通知,收取物业公司推送的物业信息,便于沟通;二、业主互动,社区组织活动,线上征集业主参与,促进邻里沟通互动;三、商家优惠,搜索社区周边配套商家,订餐、订房、预约家政服务,并及时收取、推送商家优惠信息;四、实名认证,所有业主均需实名认证并认证才能使用社区活动,以保证社区运用的专属性和安全性,避免造成第三方泄露,维护个人信息安全;五、园区生活,在 App 中可对社区周边配套一览无余,提升生活便捷度。

今年8月,万科社区服的微信平台“邻居”也正式上线,每周一次推送,发布有关社区的一些活动,受到了社区居民的关注和欢迎。在世界范围内掀起的邻居社交平台正在飞速发展,人们在网络上和真正的邻居对话交流的需求已经开始超过了虚拟社交网络。全国30多万的万科业主,今后都将成为邻居网络社交的主角。

让社区SNS来得更猛烈吧

随身携带手机的习惯,让手机应用和网络社交工具更快地侵进社区居民的生活。随时随地地交流信息,在网络社交中寻求生活方面的帮助,互通有无。过去,我们需要串门儿去熟络邻居,如今,点开手机,社区交流就开始了。

通过对149位万科社区业主的调查,我们发现已经在使用社区应用软件或者微信的占绝大多数,大家表现出了对这一类工具的兴趣以及不同程度的信任和依赖。如果能让这些社区网络社交工具的功能发展得更完美,是大家共同的心愿。

有没有关注或使用一些社区类的手机应用? (必填,单选)

- A. 有在用,比如万科业主“住这儿”App 89.26%
- B. 看到过,但还没安装使用 10.07%
- C. 完全不了解 0.67%

你希望社区类的手机应用可以实现哪些功能? (必填,可多选)

- A. 邻居间的通讯与社交 61.07%
- B. 物业服务,例如报修、查询邮包、线上缴纳物业费等 89.93%
- C. 本地及社区资讯播报 59.73%
- D. 生活服务,例如线上订外卖、家政服务等 77.85%
- E. 筛选其他,请列举查看 4.7%

手机 App 与可实现一些社区服务功能的微信公众号相比,你更倾向于使用哪个? (必填,单选)

- A. 手机App,可实现功能更多,体验也更好 34.9%
- B. 微信公众号,只需关注即可,无需下载更方便 22.15%
- C. 两者都需要 41.61%
- D. 都不感兴趣 1.34%

什么样的微信公众号或者 APP 的推送信息频率你可以接受? (必填,单选)

- A. 每天推送一条 21.62%
- B. 每周推送一条 17.57%
- C. 筛选无所谓,有了新动向就推送呗 60.81%



对于万科“住这儿”App的功能设计有什么建议?

内容方面,希望 App 更侧重于所居住小区的时事,了解附近万科小区间的互动。

目前感觉模块比较乱,无管理,做广告的覆盖了其他的内容。页面设计如能更时尚一点就好了。模块设置应更清晰些,比如可以选择图片或者单纯标题显示模式;内容按板块分区,比如“投诉”“帮忙”“分享”等。

功能上,建议设置按照使用频率等定期推出抽奖项目,具体规则可以加以细化。按照使用特点设置门派,比如:新人、热心肠、监督员、工程师、潜水员等。

发帖限制太多,图片只能发送3张,并且不能发送长图片。良商乐板块不成熟,应该添加商户地址电话等信息。

建议可以有那种置顶功能,将一些多帖子置顶。可以通过平台享受周边商家折扣优惠活动及便捷的送餐、送货服务,建议增加缴费功能如物业费,完善其他功能,如代收快递等。也希望功能更完善,比如可以添加好友。

改进平台总是重复推送消息的问题。

对于“邻居”微信公众号发布的内容与互动活动有什么建议?

首先希望增加互动活动,对用户的奖励名额多点,多些优惠信息,以建立和谐安全社区为目标。如果没有活动,可以定期关注一些志愿者活动,让大家参与,例如捐书捐衣服之类的环保活动,可以添加一些生活常识或者小窍门。也可多推送文明友善的行为准则信息,引导邻居们做个文明人,从而潜移默化地影响在这里生活成长的儿童,做个有素质的好公民。

建议能设立不同小区自己的联谊空间和网络,让同社区的业主进行交流。

内容上可以多推送一些好玩的,现在的都太严肃、太紧绷了。

功能上可以缴物业费,也可以受理建议和投诉。

SNS 面面观

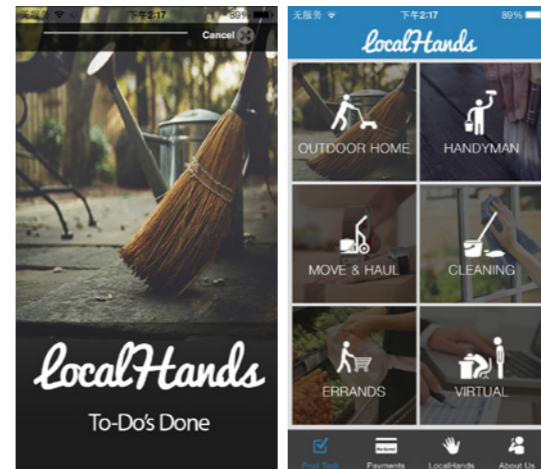
目前国内外热门的社交性网络服务已经发展得如火如荼,从早期的无国界、无地域、无种族的社交网络工具开始,Facebook、Twitter 改写了一个时代的社交方式。到现在,根据需求者的细致要求,又发展了很多地域性的以交际、交流、互助为目标的社区服务网络工具,扶摇直上的 Nextdoor、TaskRabbit 正是把住了需求者的脉,让陌生的邻居们先在网络上走得更近,然后再寻求邻居范围内的帮助,让彼此陌生的关系变得熟悉起来。而国内外的这些 SNS 软件正成为邻居间越来越重要的桥梁。



1967年,哈佛大学的心理学教授 Stanley Milgram 创立了六度分隔理论,简单地说:“你和任何一个陌生人之间所间隔的人不会超过六个,也就是说,最多通过六个人你就能够认识任何一个陌生人。”按照六度分隔理论,每个个体的社交圈都不断放大,最后成为一个大型网络。这是社会性网络的早期理解。后来有人根据这种理论,创立了面向社会性网络的互联网服务,通过“熟人的熟人”来进行网络社交拓展。

社区 SNS 从某种意义上说,是社交网络的一个特定区域。如果你用百度搜索“社区 App”,大概可以搜到 6600 万条内容。而这仅仅是国内社区 SNS 应用的热度,在国外,这种软件已经相当普及,甚至可以说在大型社区中基本都有它的身影。

有趣的是,这些软件的模式有很多相似之处,但是其生存环境却又是天壤之别。比如最具代表性的 Nextdoor 和 TaskRabbit,它们的功能不同,盈利模式也不同,一个可以完全实现自给自足,一个则仍处在摸索期。与它们类似的,在欧美其他国家也有很多社区 SNS 应用,我们可以从这些应用的身上找到它们的共同点和特色,这些也为国内社区 App 的发展提供了可以借鉴的经验。无论是服务还是应用的生存环境与竞争关系,都可以让国内的社区 App 玩家有更清醒的认识。



LocalHands

这款 App 和 TaskRabbit 的功能有一点类似,在手机上操作则更方便快捷。界面一样简单明了,寻找家庭户外作业、手工作业、搬运、清洁、外包以及虚拟的任务。付款方式多样。同时也一样在当地周边有很多 LocalHands 适合你的需要。当你一旦发布你的需要,周边可以支配的“帮手”们就开始出价竞价,应用软件会把出价最低的“帮手”推荐给你。完成任务后再完成支付和评价。

AskForTask

这个平台和 TaskRabbit 以及 LocalHands 都比较相似,同样是一个寻求邻里帮助的平台,既有网站也有 App,需求分为“清洁”“快递”“手工作业”三个主要部分,但也有留言板可以随意发布你的需要,比如升级电脑操作系统,寻求送货服务,要是有人买了一整箱可乐需要跟大家分享也可以发布在这里。通过 Facebook 或者 Google 账户就可以轻松注册。你可以去寻求帮助,也可以提供帮助,然后在社区范围内找到合适的匹配对象,把任务完成。



Peerby

来自荷兰的公司 Peerby 本着将自己的闲置东西物尽其用,发挥它们的价值的目的,让邻里之间互相帮助,通过与邻居分享闲置物品的方式来维系邻里之间的感情。Peerby 成功在荷兰上线,并且已经在当地社区取得了不错的成绩。如果用户需要某个物品,可以在 Peerby 平台上向社区的邻居发出请求,有该闲置物品的用户则可以为有需要的邻居提供帮助。这种模式与其他提供类似服务的网站最大的不同是,其他网站的用户不能提出请求。那些网站一般都是让有闲置物品的用户列出自己所有的闲置物品,然后有需要的用户在上面寻找自己需要的物品,此类网站以 Neighborgoods 和 StreetLend 为代表。

目前,有超过 80% 的用户在发布请求后的 30 分钟内,从其他用户那里借到了自己需要的物品。他们认为,这是由于使用 Peerby,用户是在实时向其他用户发出请求,而不是在已有的物品列表中寻找自己需要的物品。从某种程度上讲,Peerby 采用的这种模式与去年被 Airbnb 收购的社区问答平台 Localmind 在本地问答方面所采用的模式有点类似。

平台背后的价值

Nextdoor、TaskRabbit、“住这儿”“邻居”，信息时代的智能应用如雨后春笋般在我们的社区中破土而出，这些应用必将为我们的生活带来改变。就像电影《黑客帝国》中尼奥所看到的世界，那点点光芒密布成网，绘成了一个发光的世界。

发光的世界

光芒往往象征着两种感觉——热度与速度。这恰恰是社区 SNS 带给我们的体验。

Nextdoor 基于邻居对社区的关注，TaskRabbit 基于大家对生活的需求，这就是人们参与生活的热度。如果说冰冷时代的钢筋水泥阻隔了人们心灵的交流，那么通讯空前发达的今天，人们渴望通过互联网寻找朋友，关注别人并且获得关注。Facebook 的成功正是这一需求的体现，而 Nextdoor 只不过是把社交网络缩小到社区的范畴而已，目的和功能则是异曲同工。

TaskRabbit 同样有着服务类网站的特点，它的出现让一部分人拥有了提升生活效率的可能。他们花费认为合理的价格购买时间和便利，这也是一种对于生活服务的需求。而它的成功也说明这样的需求不在少数。

与国外这些应用和网站相比，本土应用的种类也不少，“简网小区”“小区管家”之类的 App 应用在互联网上不计其数。显然中国市场中的“先行者”们已经洞察到了社区服务所带来的巨大商机。

而作为物业一方，“住这儿”和“邻居”的出现并非以商业盈利为目的，而是着重于对业主的服务。但从它出现的本质而言，同样是基于业主的需求，无论是参与社区建设和活动的需求，还是提升物业服务质量的需求。所以我们看到了由社区 SNS 点亮的发光世界。它的光芒源自业主对这些应用的热度，以及应

用为业主带来的沟通和服务的速度。

术业有专攻

值得注意的是，这些应用虽然都深受用户的喜爱，但是它们却有着明确的分工，着眼点有所不同，也因此存在生存环境的差异。

Nextdoor 很像一个社区版的 Facebook，但是它更加封闭，也更加注重隐私和权限。它不允许一些与社区无关的信息在应用中发布，也不允许用户随意转发和分享。可以说它对内容有着严格的把控，也因此使信息更加精准地贴合了用户的需求。不过 Nextdoor 也有自己的问题，虽然得到了风投的青睐，也在美国拥有大批粉丝，但是如何盈利仍然是它发展中遇到的问题。

同样存在盈利问题的是在欧洲非常流行的 Peerby。这个线上“跳蚤市场”除了为用户提供平台，也在寻求自己的生存模式。Peerby 的联合创始人兼首席执行官 Eelke Boezeman 在被问及盈利模式时表示，“我们会提供物品租赁服务，因为对于像电钻这样的物品，也许很容易就能够借到，但是对于像跑车这样的物品就没那么容易了。另外，我们也可能会推出收费会员计划，不过这个方案的问题是，当用户第一次加入 Peerby 的时候，他们并不知道这种方式的可行性。目前，每天发生在 Peerby 平台的物品流通有 25 次，不过很多用户对于这种模式还是非常不习惯。”

相较之下，靠服务抽成来运营的 TaskRabbit 就显得轻松很多，这个线上“服务中介”的经营方式几乎和我们熟悉的实体店没有差别。

而与这些国外软件不同的是，万科推出的 App “住这儿”和微信“邻居”并不存在经营压力，他们的目标是为主业创造更好的服务体验。其中“住这儿”很像 Nextdoor 和 TaskRabbit 的综合体，兼具发布信息和提供服务的双重功能。而“邻居”则更倾向于发布和反馈。

此外，两者在使用人群的识别度上也存在差异。虽然“住这儿”可以以“游客”身份进入，但如果想要更好地体验该软件，用户需要准确填写居住信息，这符合社区 SNS 的“真实”原则，并且能够精确地为特定社区的用户提供有针对性的服务。而“邻居”则更加开放，无论是否为万科业主，均可添加该微信并与其互相交流，因此它也不具备极强的针对性。

可以说，以上这些软件都有各自的优势和局限性，这取决于其服务的内容和目标。这种“术业有专

攻”的行业模式也体现了社区 SNS 打造专业社区服务的特点。

真正的价值

乱花渐欲迷人眼。社区 SNS 应用琳琅满目，在互联网上数不胜数。面对这些软件我们大可不必惊讶，其实放眼望去，这些软件虽然功能强大，但核心价值都是一个——为用户搭建平台，无论这种平台是业主与物业之间，还是业主之间的。

因此，无论是国外诸如 TaskRabbit 这样的服务类软件，还是国内的“住这儿”，用户看重的并不仅仅是服务响应的速度，更重要的依然是服务品质。在保证甚至提升服务品质的同时，让用户可以更快地享受到需要的服务或者产品，这才是社区服务的真正价值，而这些社区 SNS 软件只是让我们的生活变得更好的充分非必要条件。所以，还是让我们张开双臂、擦亮双眼拥抱这个信息时代的便捷产物，在玩转它的同时，不要忘记其背后需要关注的真正价值。





FAMILY TALK SHOW IN EVERYDAY

论家庭生活中的捧逗

编辑、撰文 / 杜鹏硕 摄影 / Summit

封面家庭档案

家庭成员:老邢、粉扑、女儿千羽 & 陌陌
社区:北京万科青青家园
居住时间:8年

采访粉扑一家前我多少有点紧张,一方面因为她是位小有名气的电视剧编剧,另一方面,从某种角度讲,她也算我的前辈。就像日剧和韩剧中那些上班族,在前辈面前战战兢兢地卖弄手艺,大概只有点头哈腰的份。

事实证明,我多虑了。一旦和老邢、粉扑两口子聊起来,就像在听他们二人讲对口相声,捧逗相间,好不欢乐。只可惜天色渐晚,我们只得意犹未尽,草草收尾,否则和他们聊上一天一夜也不会觉得乏味。这大概就是平淡生活的最高境界。



我翻开笔记本准备一边采访一边记录,粉扑就笑着说这让她想到了当年自己做旅游编辑时的样子,也是一边问着采访提纲上列出的问题,一边想着下一个要问什么。当我问他们婚姻十年中印象最深刻的故事时,粉扑想了想,还是笑着说:“我知道你想要什么,可我们就是平平淡淡过日子,真没有那种轰轰烈烈的事,平头百姓欢乐多。”

生活戏剧化

由于工作关系,粉扑与老邢相遇、相知、相恋,很快便结婚生子,有了小千羽。为了更好地照顾孩子,粉扑辞去了报社的采编工作,这也开启了她的另一个职业生涯——编剧。

当时在《北京晚报》有个专栏,粉扑每周都会投稿,内容主要是一些生活感悟。她的文章得到了导演滕华涛的赏识,机缘巧合中,便有了二人的第一次合作——电视剧《瞧这一家子》。此后又有了与曹盾导演合作的《小儿难养》。这样,粉扑便算是“触电”了。

谈到写剧本的感受,粉扑只是轻描淡写地用“YY”二字简单总结。她说生活中哪有那么多的狗血剧情作为灵感,不过和老邢的语言交锋倒是会被她引用到剧本里。其实看过这两部电视剧的人大概都有这样的感受:剧中的很多台词诙谐幽默,又非常精辟。而这些台词正是粉扑编剧的特色。

在编写剧本时,粉扑会全情投入。先坐在电脑前,用淘宝热身两个小时,然后再从血脉贲张的美剧中找找感觉,之后便是角色的灵魂附体,进入闲人退散的无我境界。这种时候,粉扑的头脑中大概都是各种角色之间的矛盾冲突,有动嘴的,也有动手的。每当此时,早已练就察言观色之最高境界的老邢便会帮她把门关好,以免误伤无辜。老邢笑称,只有网购时段才是相对安全的。

粉扑编写的剧本在业界好评如潮,也有人说她的段子有点“高级黄”,说白了就是有些露骨。不过粉扑倒是很享受这样的评价,她觉得这也是生

活的一种智慧。

每当一部新剧热播时,她就会叫上家人一起看,帮她赚几下点击率。对待自己的作品,粉扑也向来比较宽容,基本都是感叹:“天啊,为什么能写出这么好的剧本!”而老邢的评价则比较简单,“呵呵”相当于点赞,默不作声就是差评。

有趣的是,曾经身为旅游编辑的粉扑却是个典型的巨蟹座宅女。在辞职的时候,她对报社领导说,家里的小区对她而言就是整个世界了,她实在不喜欢飞来飞去的出差生活。所以说起自己的爱好,粉扑说:“两年后我要向世界骄傲地宣布,有三件事我坚持了十年:编剧、淘宝、打太极!”听上去这些确实在家里就都可以完成了。这也反映出粉扑的性格,做一件事就要坚持到底,十年是衡量的底线。

这种坚持说起来并不轻松。热衷于陈氏太极的粉扑曾经因为一个动作导致韧带断裂,今年刚做完手术,正处在养伤期。即便如此,她还是勤习不辍,经常早上5:30就起床出门打拳去了。

一名会打拳的编剧,又让我想起一个传统相声——《文武双全》啊。

生活美食化

和粉扑相比,老邢是个在生活中更加简单的人。在工作中风生水起的他,在生活中就像个典型的居家宅男,没事就是做做饭、睡睡觉、看看动画片和美剧。别误会,老邢做饭并非因为他精通厨艺,虽然也确实烧得一手好菜,但主要原因还是对粉扑的厨艺不敢恭维,所以时常亲自下厨,一展身手。

老邢对美食的热爱主要还是体现在鉴赏和品尝方面。粉扑形容他指路都用饭馆做参照物,比如说去北京站怎么走?老邢的回答是:“往左走看见XX饭馆,右转直行,然后路过一个XX饭馆再左转……看到XX饭馆就到了。”当年

粉扑去外地生孩子,在当地住了半个月都没注意哪里有美食,老邢只去了半天,便把周边的餐馆做了个彻底的排查。粉扑自叹不如:“这方面老邢确实天赋异禀。”

在谈到家庭生活中哪方面比较重要时,粉扑认为应该尊重彼此的空间,她说:“老邢在家总是看一些《盗墓》这样的小说,美剧也只看搞笑的,从不看稍微有点深度和剧情的片子。我就总说他肤浅。现在想想确实不对,这是人家的爱好,应该尊重。”

老邢说:“我觉得家就是放松的地方,应该找些轻松的事情去做,我就喜欢《乡村爱情》《武林外传》之类的电视剧,不用动脑子,笑笑就好。生活中很多小矛盾不涉及原则,都是琐碎的事,你比如吃……嗨,怎么又聊到吃上了。”

这就是老邢,时不时就会把话题引到餐桌上,给人一种“老同志特别贪吃的印象(台词摘自情景喜剧《我爱我家》)”。其实不然,这大概只是生活中的老邢,因为他可是粉扑的骄傲。粉扑说:“这十年我最大的成功就是把他从一个普普通通的职员培养成了一名行业翘楚……”老邢接过话茬:“嗯,其实跟她没什么关系。”

于是,又是一阵欢乐。

眼看粉扑名气越来越大,曾经的介绍方式“邢总及其夫人”变成了现在的“粉扑及其先生”,很像冯巩和吕丽萍的小品《开锁》。不过与小品中的小心眼丈夫不同,老邢却是十分豁达地看待老婆的一夜成名,认为这是极好的。

粉扑总结道:“老邢这个人的特点就是知足常乐,恨不得吃老婆的,等女儿长大了再吃女儿的,其实就是晚上能有个猪蹄吃就满足了。”

老邢反驳:“我的人生追求就是淡泊名利、宁静致远的最高境界。其实别看我人到中年,还是很有市场的。”

粉扑笑问:“是吗?这么有市场,那多少钱一斤啊?”

又是一阵笑声。





生活多彩化

大概是我们的笑声吵到了隔壁的干羽和陌陌，玩得投入的小姐妹关上了房门，继续自嗨。这是老邢和粉扑最省心的时候，她们姐妹二人可以很好地照顾自己，也不会像独生子女那样整日缠着父母。

在生大女儿干羽的时候，粉扑找到报社研究星象的同事咨询，同事告诉她如果想要一个事业型的孩子就生天蝎，如果是生活型的就生天秤。于是粉扑果断提前半个月剖腹产，生下了天秤座的干羽。同理，在生陌陌的时候，考虑到一名属虎的狮子座很难hold住，所以粉扑再次剖腹产，将陌陌的星座变成了和自己一样的巨蟹。

如今，8岁的干羽和4岁的陌陌都健康快乐地成长着，这也是粉扑和老邢生活中最重要的部分。

粉扑让干羽在舞蹈和钢琴之间做一个选择，为的是提升女孩子的气质。干羽选择了钢琴，但也并不十分喜爱。粉扑对她说：“小的时候就是因为姥姥不让妈妈学钢琴，所以长大后妈妈就经常抱怨姥姥。”于是干羽说：“妈妈，我长大后一定不抱怨你，你就别让我学了。”

最终的结果是，干羽的表态没能打动粉扑和老邢，学琴还是必须的，只不过夫妇二人也从未逼迫孩子达到怎样的高度，只是一门修身养性的选修课。而像数学这样的课程，粉扑更是对女儿直言：“二年级以后，你这辈子需

要用到的数学知识已经都学到了，之后的成绩我也不再严格要求了。”

这就是粉扑和老邢的教育态度，他们不希望做过多的设定，完全让孩子们自由成长。老邢认为，中国人的阶层划分不像西方那么明确，因此也多了几分浮躁，在子女教育方面表现出的问题就是过于主观的全面管制，使子女缺少了自我意识的表达和释放。因此，他们从不给女儿定下任何人生目标，只是化身树苗旁边的支架，支撑着她们的成长。

值得一提的是，在老邢和粉扑的家里，家庭成员不只这四位，还有狗狗柯南、兔子糊糊和十六，以及荷兰猪甯甯和拖拖。粉扑说，正是因为小时候自己是独生子女，父母又不

让养宠物，所以现在是“报复性养宠”，宠物市场除了爬行类的蛇和蜥蜴，基本上他们都养过，特别是啮齿类，毛茸茸的触感算是粉扑偏爱的类型。

除此之外，小院里的花花草草，屋子里的各种茶具和点缀屋子的小饰品，都是粉扑精心打理的成果，透露出女主人的喜好。在采访临近尾声时，她突发奇想地总结道：“我知道家庭生活的真谛了，就是‘男人做男人的，女人做女人的’。”似乎又是一句精辟的影视台词，我赶忙向一旁的男主人寻求帮助，希望他能做个补充。只见老邢深思熟虑了片刻，然后说道：“我表示赞同。”

好吧，就是这样的默契。天色渐黑，赶紧去拍片吧。



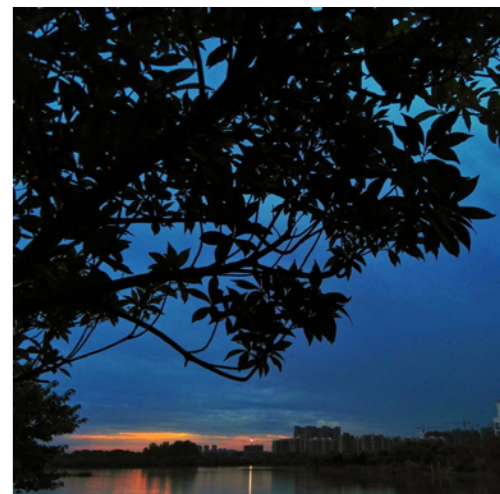
喻欣摄影作品

西半岛摄影圈

从网络分享到线下交流

撰文、编辑 / 王佳庆 图片提供 / 喻欣

随着网络的发展,越来越多的社区活动也随着网络分享逐渐地走到线下,这种线上线下齐发展的模式,不仅仅能够让业主们更加积极地参与到社区活动中来,随时随地手指间的分享,更让社区活动变得轻松有趣、无处不在。



喻欣摄影作品

武汉万科西半岛社区中,有个颇有知名度的摄影圈子“西半岛摄影圈”,这个圈子成立不到一年,却发展壮大,参与人数众多,这还要得益于万科年初推出的社区综合服务 App “住这儿”。“今年初万科领先全行业推出了社区综合服务 App ‘住这儿’,在我们武汉万科西半岛的岛民们中接受程度非常高,社区共有 2300 多户,目前已经注册了 1800 多人。‘住这儿’的功能涵盖了社区内报修、投诉、求助、跳蚤市场和社区分享等,我们的摄影圈就是从社区分享这个功能开始的。”西半岛摄影圈的负责人喻欣介绍。

说到西半岛社区,喻先生可谓赞不绝口:武汉万科西半岛是目前汉口难得的容积率社区,地处武汉市东西湖区金银湖畔的武汉城市湿地公园旁,环湖而居,植被丰富,自然生态环境非常优美。而作为一名摄影爱好者的喻先生,对于身边一切美好事物都有拍摄欲望,面对这样的社区美景,当然要过足拍摄瘾,镜头里自然少不了自家社区里的花草树木、楼湖霞云。每次拍摄后,喻先生都会将得意的照片

上传到“住这儿”和邻居们分享,得到了很高的关注度,邻居们除了纷纷“点赞”外,更感叹“只知道西半岛美,没想到西半岛这么美!”令喻先生没有想到的是,这一抛砖举动起到了引玉效果,渐渐地,通过“住这儿”分享探讨摄影的人逐步多起来。大家纷纷拿起手中的相机,拍摄下身边的美好景物,然后通过“住这儿”和朋友们一起分享自己的作品以及拍摄心得。西半岛社区的物业服务人员了解到后,非常支持业主们的摄影活动,还在今年 7 月 19 日开展了一场名为“西半岛这么美,我爱我家”的社区摄影比赛,将平时通过“住这儿”联系交流的社区爱好摄影的邻居们组织了起来,把交流活动拉到了线下。由于已经有了之前网络交流的基础,大家对于此次活动的参与热情都非常高,得到的关注度自然也很高。参加摄影比赛的业主们的年龄层次比较广,从二三十岁到五六十岁的业主不等,提交的摄影作品看起来也相当有水平。



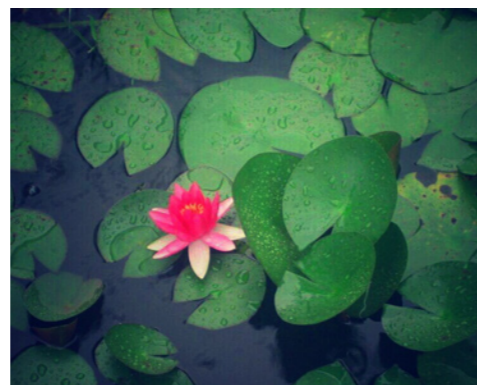
喻欣摄影作品



黄仁菊摄影作品



薛红艳摄影作品



李欣摄影作品



朱丽华摄影作品

通过这次线下的摄影比赛，“西半岛摄影圈”就算形成了雏形。“其实西半岛这个摄影圈并非那样的专业，大家手中的摄影器材也并非都是那种昂贵的“长枪短炮”，有相当一部分作品是出自卡片机甚至是手机，大家追求的不是画质的“高大上”，而是更注重作品中“自然和谐”接地气的社区文化。”“西半岛摄影圈”的发起人喻先生这样描述这个圈子。在他看来，摄影爱好者们频繁的日常交流，首先是通过“住这儿”的网络平台实现，大家在欣赏作品切磋技艺的同时产生了这样的共鸣——西半岛这么美，我们都要爱岛护岛。

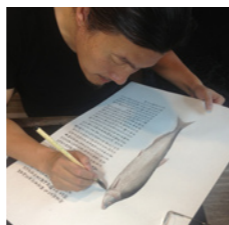
因此，不仅仅是摄影圈逐渐发展起来，爱家护岛也成为社区业主们的共识。喻先生特别介绍道：“摄影圈中的部分成员也是西半岛《邻里公约》的志愿者，他们力争通过图片分享的形式展示自己美丽的家园和美好的生活，让更多的邻居发现自己家园的美，从而更多地加入到《邻里公约》里来，爱家护家，让我们的家更美更和谐”。的确，在很多摄影圈参与者眼中，参加比赛一较高低并不是最终目的，通过自己的爱好，让更多的业主感受到家园和生活的美好，才是“西半岛摄影圈”最大的成效。



老南瓜 一条对生活充满热情的鱼

编辑、撰文 / 王佳庆 图片 / 沈涌

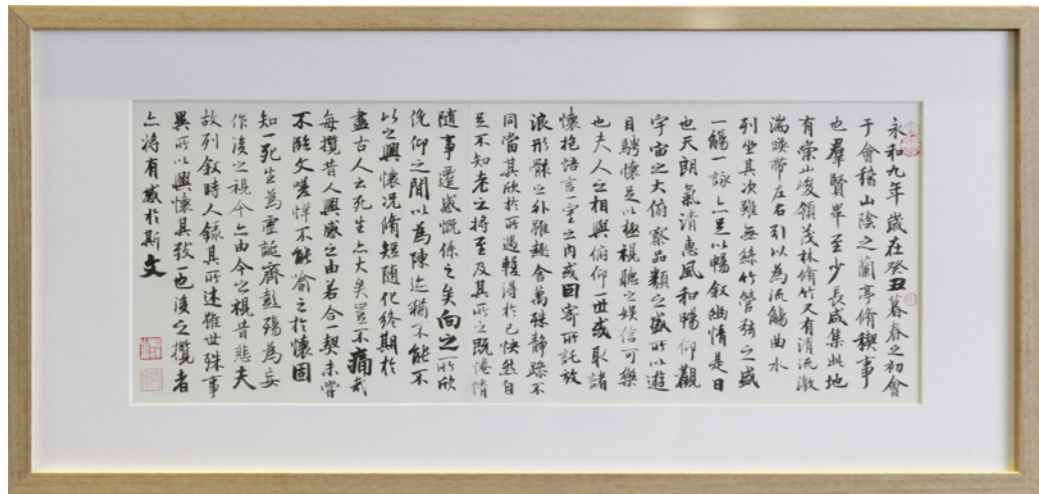
2014年8月11日,杭州南山路恒庐美术馆举行了一场文人画展,画者是刚刚入行却已不再年轻的“老南瓜”。几十幅画作还未开展就已售罄,一时传为佳话,“老南瓜”的文人画也由此成为了杭州艺术品市场的一个热门词。而关于画中的意境、禅意,“老南瓜”却说,那不过是生活中顺水行舟的感悟罢了。



业主档案:
姓名:沈涌
职业:广告策划
社区:杭州万科良渚文化村



“老南瓜”原名沈涌,是一名成功的广告策划,谈到开始作画的机缘,还要源于女儿,女儿过生日,沈涌想要送给女儿一尾自己画的鱼,他希望通过这样的方式,让她更喜欢涂鸦画画。他于是用四色圆珠笔画了一尾黄鱼,画完送给了女儿,碰巧被太太看见了,太太看到这尾黄鱼后很吃惊,因为沈涌在家里很少动笔,谁也不知道他的画工竟然到了如此出神入化的程度:这幅沈涌花了几个小时画的黄鱼,非常的逼真,圆珠笔的笔触闪闪发亮,特别适合鱼鳞的表现,色彩也恰到好处。太太很得意地在朋友圈里发了一个微信,没想到在很短的时间内,收到了近百条的回复,这个小小的机缘,使沈涌开始思考:我是不是可以给自己留点时间,和孩子一起画些自己喜欢的东西。“我对自己的每一幅作品都倾注了心血,作为有近二十年从业经验的设计师的思维惯性,对任何画面都希望尽可能的完美和与众不同,这是大部分画家不具备的习惯,结合我家里的空间风格,我画了一个系列,这些作品系列既能表达我对自己的心理状态勾勒,也融合了一些现代时尚设计元素,比如留白和独特的色彩关系,更重要的是我注意到了我家里的空间环境和作品之间的关系。”设计师的思维方式,结合当时的作画心境,产生了一个以设计师或者说文人眼光下的艺术品,她很独立、很时尚、有设计感,当然,艺术的感染力也很强。



谈到“文人画”，沈涌认为，文人画在中国具有悠久的传统，在历代的传世名作中，有相当大的部分都是由当时身为士大夫的文人留下来的，如苏东坡、赵孟頫、董其昌甚至是称为才子皇上的宋徽宗赵佶，他们往往在中晚年才开始进入绘画状态，文化积淀深厚，尚意趣、精笔墨，尤其是书法功底积累，在传统的书画同源的文化表达上起到了催化作用。沈涌的文化积累也堪称“童子功”，从小学生起，他就对中国书法有着浓厚的兴趣，并且受到了非常严格的训练，一直坚持不懈、乐此不疲。毛笔之于他的手可以说比钢笔还要熟练得多，尤其是小楷，年轻的时候经常被政府机关单位借调就是因为他的手小楷书写的的能力。所以，从一开始他就想把从小积累的书法能力和他的绘画作品结合起来，很多时候可能不是字配画，而是画配字。其实很多文人会将书法的笔意融汇到绘画中，以师法自然取其形，以尊重传统为其魂，将内心世界、人生价值、哲学思考、文化传统、笔墨意趣融合成文人画。正因为其强大的文化背景和思考力，使文人画历经千百年沧桑尚能流传于世。沈涌认为，文人画最不可缺少的是创作者对内心的自省和表达，对性情品格自信，离开这两点，文人画就会流于庸俗。而常年的知识积累及阅读，滋养文人气，也使作品更加通透明达。

在构思画面时，沈涌认为现代人的审美取向是简约不简单。他希望画面的信息量清晰简洁，但有技术含量，它代表了一种现代信息社会下的思维状态和模式，就如风靡世界的苹果手机一样，一条平躺但细节毕露的鱼就是属于这类作品，鱼的存在状态很多样，画鱼的人何止千万，如果沿袭传统思维的方式，最终难免流于庸俗，当所有人在思考如何

让鱼动起来的时候，沈涌却让鱼安静地平躺，事实说明，他的构思达到了期望实现的效果，安静、有细节。这样的审美暗示使阅读者很放松地感受宁静，就像在自然博物馆里。“在我的眼中，禅，并不神秘。禅是一种思维方式，而不是一个目的，禅的要诀是简单，形式是简约，心经拟或是其他的文字，都不重要。我想我的“禅意”就是通过这样的暗示传达给阅读者的。”的确，很多人看到沈涌的画都若有所思，表示很有触动，而作为画家的沈涌，又是如何与观者交流的呢？“画画是艺术的表达，广告是商业的传播，相似之处是都需要作者和阅读者的交流，我最初的想法简单到只是让自己触动，虽然这个动因很简单，但无意间却透彻了艺术和广告之间最本质的区别：广告是人与人之间的信息输送，画画是自己与自己内心的交流，而就心灵而言，画画的感觉更自由，不易之处是在于你要不断地自省内心，然后把它表达出来。”沈涌如此形容绘画和做广告策划的区别，一个是面对自己，一个是面对外面的世界。在他看来，两者都需要有足够的兴趣去支撑，这需要对生活的热情以及对于周围事物的兴趣。而实际生活中，沈涌确是个热爱生活、爱好广泛的人。闲暇之余，沈涌还参加了社区的乐队——村田花花乐队，一支由良渚文化村村民自发组成的社区乐队，重拾大学时期的梦想，让他的生活充满了活力，最近由于乐队成员都比较忙，乐队的活动有所减少，“大家歇一段时间，来年开春，继续重出江湖，那时我们会拿出一些原创作品，大家等着看吧。”无论对于生活，还是对于画画，抑或是自己的音乐爱好，沈涌都充满了热情，而热情，正是让生活充实快乐起来的源泉。



嘿，那个叫万科的年轻人

撰文、编辑 / 王佳庆

2014年,万科迎来了30周年。30岁,有着青春的蓬勃朝气和而立之年的成熟稳重,更有着无限美好的未来。你身边是否也有个叫做万科的朋友,或者你自己就叫万科?同名万科,讲一讲你的故事。

从1984到2014,万科迎来而立之年。从深圳一城到全球67城,万科业务覆盖珠三角、长三角、环渤海、中国香港等几大国内区域,以及新加坡和美国等海外区域,打造了自己的房产王国。30年来,万科秉承“让建筑赞美生命”的品牌理念,深入到城市生活中,深入了解消费者的居住需求以及生活理念,为万科业主打造无与伦比的居住体验。2013年,万科累计实现销售金额1709.4亿元,再次刷新行业纪录,并连续4年蝉联全球住宅销售冠军。2014年万科迎

来自己的30周年,也迎来万科从“城市发展运营商”到“城市配套服务商”的全新转变。未来的万科将不仅注重高品质住宅项目的开发建设,同时也更加重视所建项目给城市、区域所带来的影响,为城市人居带来更加成熟的生活配套。值此三十年之际,万科发起寻找同名人的活动,找到那个叫万科的年轻人,请他讲一讲同名万科的趣事和经历,说一说自己名字的来历,或者干脆吐槽一下万科房企。一切,只因有缘万科。嘿,那个叫万科的年轻人,你在还等什么?



业主姓名:万科
所在社区:万科千林居
职业:龙港体育中心管理处
爱好:网球

人物特写 有缘万科

名字是万科,又住在万科社区,这是怎样的缘分使然。让我们来看看万科先生在万科的幸福生活吧。

谈到“万科”这个名字的由来,万先生也不知道为什么妈妈会给他起这个名字,大概就是觉得好听吧。若干年后,当万科地产崛起之后,万先生才知道,他真的“出名”了。谈到与万科房地产同名的趣事,也大多是由小误会引起的。比如当年万先生刚刚来到深圳的时候,与朋友谈论股票,当他说到自己的名字时,朋友都会说“万科?哦,知道!就是那个002(万科股票代码)嘛!”去参加国际网球比赛,别人看到万先生胸前戴着的名牌,上面写着“万科”二字,都以为是万科公司派来参战的。说到这些趣事,万先生只觉得很好笑,不过让万先生真正对万科开始有深刻印象的,还要算住进万科社区后。2009年,万先生想买房,朋友推荐他买万科的房子,他和朋友去看房,一看不要紧,万先生一下就爱上了这套房子,二话不说就买下来。2009年入住至今,万科的社区生活让万先生非常满意。“物业非常棒,空气清新,环境也优美,最关键的是安全性很高,来客登记等做得非常好,我们业主住着又踏实又舒心。”万先生这样形容在万科的居住感受,在他看来,幸福的生活就是这样,有一份自己热爱的工作,有自己的兴趣爱好,更有一个踏实温馨的住宅区,夫复何求?

万科“通缉令”

你身边有叫万科的人吗?或者你自己就是万科?快快关注万科公众微信号,向我们报告万科的行程,或是讲一讲同名万科的有趣故事。故事一经采用,将获得精美小礼品哦。





伦敦城市一隅

黑洞或启明星

编辑 / 王佳庆 撰文 / 老爱因斯坦

苏格兰公投的结果是留在英国,大家用脚投票选择了最有利的方案,作为看客我是希望他们不要分开的。究其原因,为什么会要求独立?有一种说法是伦敦作为区域的唯一国际化都市,像宇宙空间内存在的一种超高密度天体,类似热力学上它完全是不反射光线的黑体——黑洞。伦敦这类都市吸取了周围城市几乎所有的资源和机会,让自身越来越强大,可能是因为要素集中而带来的超量效率或者创造力,总之伦敦们的存在让周围的城市看上去无路可走。

作者档案

老爱因斯坦,原名钱源,建筑师,就职于万科集团设计管理部。关心城市发展,社区建设,以及日新月异的技术革命下会产生生活产品。从建筑师变成产品经理是万科不断给予作者的体验和经历,这段经历让作者的思考越来越靠近人而不是物理空间本身。这也是这一系列会在《邻居》上发表文章的思考主线。



东京街景

有人说城市化的节奏已经变调,目前很多城市已经成为人口净流出城市。我认为这句话也许是半对半错吧。日本进入人口减少周期,连续4年的持续减员,并且渐渐进入人口快速减少阶段。但东京城市圈却在相应的时间里持续有大量人口迁入,目前人口超过3500万人。

也许东京也变成和伦敦一样的资源黑洞,整个国家最好公司的总部设立在此,教育程度最高的人群,超过一半的博物馆和文化设施、艺术团体、研发机构,那些高附加值的机构都依附在这个大机器上。城市越发像一部24小时机器,从不休息,你方唱罢我登场。城市的唯一关键词是效率,

所有其他元素都是第二位的。伦敦和东京这样的城市其实挺互联网化的,越来越多的连接和越来越高的粘性。但是东京似乎和伦敦不太一样,东京都出现越来越多职能细分的卫星城市,主管居住的大宫和浦和;科教研发的筑波和土浦;重工业的川崎和横滨;航空和航运的木更津、千叶和成田;高科技之城八王子和立川。好像一个硬币的两面,有些人看到超级城市带来的资源吸附而抢夺了周围的机会,而另一些人看到因为超级城市巨大能量给周围带来的机会和协同的可能性。

城市化发展到最后,会不会泾渭分明地变成城市更密更巨大,而剩下的都是良田和美景呢?



好莱坞

好莱坞在美国西海岸加州洛杉矶的郊外,世人皆知的电影之城。这里有梦工厂、迪士尼和 20 世纪福克斯,拥有做音乐最好的唱片公司和最棒的电脑动画公司以及高科技、高质量人才等一系列全球顶级资源。所以好莱坞变成这个星球最重要的电影之都,这不是超级城市概念下的产物,而是另一个逻辑,在全球范围内某个细分市场里资源高度集中而产生的行业驱动型城市。这些城市并没有很多的常驻人口,也不具备很好的综合实力,但单一维度是最有竞争力的。这样的城市还有纳什维尔——现代流行音乐之城,名不见经传的小城市,不超过 50 万人口,但是有世界上最好的录音间和乡村音乐的发源地,大量音乐人聚集的流行音乐大本营。还有硅谷作为世界上 IT 行业的圣地始终被人称道;圣地亚哥是高科技的实践之城,超过 1/4 的人口从事军工领域,有世界上最大的通讯芯片制造和以科技孵化而知名的生物制药集群。这些城

市或在大城市圈里扮演专业城市的角色,或者在地理上和别人八杆子打不着的关系但是在全中国细分市场里独占鳌头,作为一个行业的标识存在着。

在中国越来越多的讨论“逃离北上广”还是“北上广是唯一的选择”。似乎我们的城市只有一种可能性,每个城都希望自己是“国际化大都市”而每个人都觉得“只有北上广才能实现价值”。

在我第一次来到深圳时就听说这是个设计之都,住了五年一直困惑着我,她怎么就是设计之都了?是生产出最特别的产品了?还是培养了大量设计人才了?还是出现了超级设计公司了?还是形成了某种类似于好莱坞的生态系统了?

深圳是中国建筑相关设计版图上最重要的城市之一,北京上海是另外两个重要基地。从设计单纬度评价,深圳远比广州重要。如果北京的特点是国有大机构和文化型跨界机构



东京夜景

聚集的话;上海可能是大量的国际机构和同济体系支撑的中国本土设计;而深圳是最有活力的、最多新鲜机构的、年轻的、富有创造力的群像,就如这个城市给人的印象一样,自由、开放、充满活力。

深圳其实有机会变成设计机构的孵化器,出现国际级别的设计集群,以产业生态系统的方式重构资源。因为城市还在高速发展,由产业升级带来的需求和继续改革倒逼出来的类似于前海自由经济区产生了大量的可能性。从整条产业链看,金融的创新,投资的活跃造成了大量的新城市空间需要被建设;市场的开放和政府操作的透明让小机构有机会接触到北京上海无法接触的具有挑战性的设计任务;良好的城市质量和温和的气候条件让很多厌倦雾霾、追求生活品质的设计人员移民到此;而广东辽阔的腹地有大量的制造型企业,这对于设计创新生产制造的支撑也非常重要;学术活动和国际性事件的

频率越来越频繁,在文化上不断催生出新的活力和跨界创新。在这样的外围条件下其实需要一个生态系统的整合者,就好像阿里巴巴对小微企业交易平台的搭建一样,让小设计师、对设计充满爱的人们,还有那些渴望创业、希望得到机会的创业者有公平的机会和被支持的土壤。构建一个生态系统,让他们可以成长成具有国际影响力的 OMA 或者 Zaha Hadid,还有对于知识产权的态度以及创造力价值的评估也是资源整合者需要非常注意的部分。

互联网时代给所有的思维方式都改变了轨迹或者插上了翅膀,一切物理空间都在被重构,而事物发展的逻辑也变得更灵活和多元。不论是超级城市还是专业城市,都必须给人们提供良好的居住体验和创造价值的空间。越来越高附加值的工作机会是城市发展的必然方向,在城市化方式转型的过程中,新的城市模型呼之欲出,让有机会参与其中的人们兴奋不已。

小邻居 社交家

编辑、撰文 / Gail 图片 / Summit

刚刚过去的三岁生日 party 给了我两个改变，一是墙上的身高刻度又增长了许多，如今 103cm，二是从此以后我都告诉别人，我三岁啦。马上要上幼儿园，要去认识更多的朋友，这让我好兴奋。叫我 R.R.，希望我们从这里认识，关注我的微博哦！



宝宝档案

宝宝:R.R.

居住小区:万科星园

最喜欢的图书:

《小马宝莉》系列,《巴巴爸爸》系列,《贝贝熊》系列,《十四只老鼠》系列,《螃蟹的生意》,《月夜鲸鱼》,《海底总动员》,《白雪公主》,《Rabbit Letice》系列等。

最爱的运动:

滑板车、跳跃、游泳

最爱做的事儿:

万圣节派对上扮演公主或者怪兽

这个季节最后的绿意将在本月消失。

北京的冬天马上来袭,之前还稍有余力地温暖了一把。

森林公园里处处是安营扎寨的家庭,孩子们把帐篷当成在大树里的家,搬来图书、枕头和热腾腾的牛奶麦片,然后嘴里塞满海苔、水果、小面包,就可以晒着秋天的太阳暖暖地度过一整天。

困了就小睡一阵,醒来后在各个不同颜色的“家”串门儿。走到邻居家的帐篷前,R.R.忍不住往里面瞧瞧,看看里面的小朋友带了什么玩具,有些什么图书,吃了什么午餐。多数时候,里面的孩子主动钻出来和她玩耍,一起吹泡泡、踢皮球,一点点乐子就换来停不下来的欢笑……

离森林公园近真好。步行进来,就全然给孩子换了新环境。不仅仅是亲近自然让她们放松释然,更因为这种居住形式带来的邻里的亲近,是她从未有过的新体验。这种体验甚至我们也很久没有过了,不再熟悉的邻居,不再亲密的街坊,假如没有这个摊平了伸展了的空间,孩子们也会被高楼和单元房桎梏成警惕、陌生、孤独的城市蝼蚁。

但愿 R.R. 和所有的孩子们,都这样充满阳光,愿意打开自己,接纳单纯的友爱。

她会一如既往地喜欢读书,喜欢画画,喜欢交朋友,喜欢滑着滑板车来个潇洒的急转弯,喜欢睡酒店的大床和羽绒枕头,喜欢拿着儿童麦克风站在家人面前肆无忌惮地唱 call me maybe……





biu哥轶事

编辑 / 金小夕 撰文、图片 / 唱小妞

雪纳瑞天生一副老头模样,让人们很容易忽略它们的真实年龄,今年秋天这只名叫 biubiu 的雪纳瑞狗狗就 11 岁了,妈妈很遗憾不知道 biu 的具体生日,但她觉得自家宝贝是天秤座,因为“他总在纠结在哪里睡,跟谁腻味在一起”。显然,这又是个幸福的孩子,有整整一家人宠着惯着,“白胡子老头”永远是那个幸福的年轻人。

宠物档案

年龄:11 岁

品种:雪纳瑞

社区:北京万科星园

他来我家已经 10 年有余,回想起来仿佛就是几天前的事情。那是一个秋天,眼前有一群黑乎乎的小家伙们欢蹦乱跳,但只有他不停在我身边蹭来蹭去,缘分,就是从那个时候开始的。为了别出心裁,起了个叫起来都拗口的名字“biubiu”,自此,这个黑白毛、长胡子长眉毛、身材像小马驹的小怪物就在小区远近闻名了。

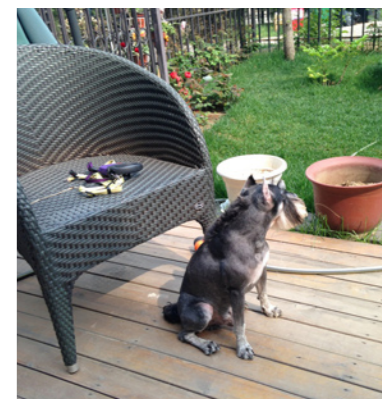
进家门没几天我就做了今生让我最后悔的决定——给 biu 哥立耳。全麻的手术,看着他耳朵上的伤口和缝合的线,我哭得比失恋还揪心,biu 是个乖孩子,不叫,不闹,就连拆线的时候也任医生摆布。

可能是因为立耳让我对 biu 有无限愧疚,也惯了他今后数十年如一日地在家作威作福。各种进口狗粮,各种肉干尽情吃,一天出去玩耍三次,姥姥姥爷轮流陪着玩,想睡沙发睡沙发,想睡床就睡床,在家里地位已然跃居妈妈之上了。

Biu 哥有自己哄人的一套小手段。如果想吃零食了,就会自己围绕着客厅的茶几转圈,会把长长的大下巴搭在你的腿上,用无辜和充满期待的小眼神儿盯着你,仿佛在说“麻麻,人家就是想多吃一点点肉干而已嘛”,每次与他对视,我都会毫无底线地被他那一双小黑豆眼里外泄的装可怜的小眼神秒杀。biu 哥喜

欢晒太阳,每天都会在客厅里面跟随着阳光的移动被晒得昏睡。他还喜欢在雪地里撒欢儿,黑色的他在雪地里撒欢儿,跳来跳去像个小兔子,渴了就吃几口雪,搞得大胡子上都是冻得小冰球。

幸福的时光总是过得飞快,转眼间 biu 哥也步入了中老年的行列,掉了两颗牙,成了个小豁子。由于品种的缘故,他善于运动、奔跑,也导致了 biu 的腰椎出现了很多问题,每每带他去医院我都想给自己的眼睛安个雨刷器。我不愿意 biu 哥看到我的眼泪,我要让他和我在一起的每一天都快乐,biu 哥加油,美好幸福的生活还长着呢!



01 王石:70岁以后要到戈壁滩种地

8月26日,王石没有任何预告,意外出现在万科的首个旅游度假项目上。这也是继2011年赴哈佛游学3年后,王石首次公开参加万科单个项目的活动。当天王石在“创业与梦想分享会”上首次分享了自己的“第四人生”和后60岁王石的人生规划。所谓的四种人生并不简单因人生阶段而列。70岁以后的规划就是王石所说的第四人生,“70岁以后,我要到戈壁滩种地去,”谈及第四人生计划,王石称是受褚时健影响,“褚老75岁重新创业,在创业之初,我去看过他,非常钦佩,但是坦白说,第一次去看褚老时,我的心里是打问号的。”

02 王石:对房地产市场依然谨慎乐观

“房地产形势正在发生微妙变化,我的看法依然是谨慎乐观。”8月26日,在万科松花湖度假区启幕新闻发布会上,王石在致辞时表示:“房地产市场的黄金时代已经结束,白银时代到来。所谓黄金时代,指遍地是黄金,大家都能看得到,只要你肯弯腰,就能捡到;而白银时代,则意味着你需要费工夫去寻找。”王石表示,“万科从产品提供商向城市配套服务商转变,是应对市场变化最好的体现。”

03 郁亮:不重视员工健康的公司不是好公司

9月12日,一身运动装束的郁亮现身成都非遗公园,领跑万科城市乐跑赛成都站,其胸前大大的乐跑LOGO传递出此次活动的主题——跑出健康、跑出快乐、跑出友谊。自上而下的运动风潮已经成为万科的一大传统,曾被人调侃为“运动员股份有限公司”。对此郁亮认为“不重视员工健康的公司不是好公司”。在万科,管理层奖金的1%是和员工的健康直接挂钩的。“员工身体不健康,一定是管理者的责任,为什这样说?第一,是管理者没有带好头;第二,管理者没有安排好时间;第三,管理者没有创造机会。如果管理层这三件事都做到了,员工身体还是不健康,这说明管理的方法不当,还是要扣钱。”郁亮以身体力行的方式向世人展示了万科对员工健康的重视。

04 房企“联姻”互联网 万科百度首个合作成果上线试用

9月15日下午,万科在中粮万科半岛广场招商大会上宣布,万科与百度达成战略合作伙伴关系后的首个合作成果——V-in结束封测正式上线。在万科集团高级副总裁、北京万科总经理毛大庆看来,不论是万科与百度的跨界合作,还是诸多房企与互联网企业的携手,都是传统行业进入“白银时代”这一行业分水岭之后,本能的自我更新和再生的反应。

05 新加坡总理李显龙参观万科前海企业公馆

9月13日,正在中国访问的新加坡总理李显龙在万科总裁郁亮陪同下,参观了万科承建的深圳前海企业公馆。前海企业公馆是前海采用1.5级开发理念,通过BOT的方式实现快速启动、快速为企业提供实体办公场所的创新项目。李显龙11日起率团访问中国8天,先到广东3天,之后到广西和香港。这是李显龙任内第五次到访中国。



06 5个月内出手8次 万科事业合伙人27亿增持万科

9月15日晚,万科5个月内第8次发布事业合伙人增持公告,且本次增持的金额也是历次增持中最大的。截至目前,事业合伙人已累计持有万科2.86%的股份,耗资则达到了27.21亿元。以此计算,事业合伙人购入万科股票的平均成本约为8.65元/股,按9月15日收盘价9.25元/股计算,事业合伙人目前的浮盈近1.89亿元,每名合伙人平均的浮盈达14.32万元。

07 万科联手淘宝引领行业变革 一周热销6亿

近日,全国各大主流媒体的楼市头条均被8月25日万科与淘宝联手举办“淘万行动”的消息所占据。此次,万科与淘宝联手推出的“淘万行动”是万科运用互联网的一次创新尝试。据淘宝网数据统计,活动上线至今,淘宝房产频道活动页面浏览次数已累计达到315万次,线上兑换优惠总人数21万组,线上预约看房2715组,旺旺咨询数23465组。万科各项目案场来电量出现爆棚情况,线上旺旺客服更是根本停不下来。根据9月1日公布的销售数据来看,5天时间里参与本次活动的楼盘来访量累计达到5985组,成交金额近6亿元,创造了房地产互联网营销的一个新纪录。

01 万科携手链家开启全新闭环模式 大数据拓渠道

今年年初万科一次无心插柳地对链家的拜访引发了如今的连环反应。9月11日,北京万科宣布与最大的房地产中介企业之一链家合作,构建“OC(Omni-Channel)闭环战略”。此次合作主要包括万科将与链家共同打造线上房源查询平台;共建线下“交易签约中心”,并在北京增设29个链家管理大区“中心店”开辟“万科专区”,作为万科客户专属终端服务平台。未来万科在北京销售的所有项目都将与链家地产进行合作,并有意向其他适合的城市推广。

02 万科再玩“轻资产”模式:转让商业项目90%股权

当外界还在热议万科企业股份有限公司与美国投资公司凯雷签订商业地产战略合作意向书的时候,万科已经走在前头,再次宣布其在商业地产方面的进一步动作。9月4日,万科发布公告称,公司将以16.51亿元的价格出售旗下全资子公司上海万狮置业有限公司90%的股权,并与买方就万狮置业的未来经营及管理订立合营公司协议,万科仍将负责万狮置业旗下项目后续的开发与运营。万科此次出售万狮置业90%股权,体现了其在“轻资产,重运营”模式上的进一步探索。

03 中国养老仍处于青铜时代 万科养老观首次亮相

养老产业的发展与现在的人口和财富分配结构相关。中国高净值人群70%是40到60岁的人群,这些人将在15至20年之后才会接受养老生活。所以,中国的养老产业目前正处于“青铜时代”,而非“黄金时代”。8月26~27日,万科·随园嘉树作为首席合作伙伴亮相由博闻中国举办的Care Show China 2014国际养老产业(上海)峰会暨博览会。在此次展会上,万科以随园嘉树为拳头产品,展示了其先进的“邻里式养老”理念以及强大的多产品线开发、运营、服务、培训等全产业链业务布局和能力。

04 万科多元化营销步步为赢

9月3日晚,万科公布其8月销售数据。8月份该公司实现销售面积140.3万平方米,销售金额152.4亿元,销售面积及金额环比7月份的销售面积136.7万平方米、销售金额133.2亿元均有所上涨。至此,2014年1~8月,万科累计实现销售面积1098.2万平方米,销售金额1294.7亿元,分别比2013年同期增长13.5%和14.6%。近1300亿元的销售额,对于处于时下房地产市场的万科而言,或是超常发挥。不过,对于万科当前的表现,万科总裁郁亮曾总结认为,坚持主流定位和积极销售是万科一贯的策略,是万科在波动的市场中仍然能取得相对稳定的业绩表现的关键。

05 万科凯雷拟共建资产平台公司

针对凯雷投资拟收购万科物业的相关报道,万科A两日连发公告称,公司于8月28日与凯雷投资集团签订合作意向书,拟成立资产平台公司,其中凯雷和万科分别持有资本平台公司股权80%和20%,并通过该公司以收购股权或资产方式,收购万科所拥有的9个商业物业。预计资产平台公司将长期持有商业物业,未来将以资产证券化为目标退出。同时,双方还拟成立一家商业运营管理公司,通过签署运营管理协议,负责资产平台公司持有的各境内商业物业的招租和运营管理。

06 万科首次涉足滑雪度假产业

万科8月25日公布,经过三年准备的万科吉林松花湖度假区将于今年12月18日开业。该度假区规划建设雪道34条,总面积170万平方米,其中共设9条高级雪道,可承办冬奥会级别国际大赛。据悉,吉林松花湖度假区投资建设,是万科集团成立30年以来首次涉足滑雪度假产业,这也是万科集团未来10年面向“城市配套服务商”战略转型的又一尝试。以开发刚需住宅为主的万科今年上半年销售额首次突破1000亿元。

07 建筑大师齐聚万科·御澜道高峰论坛

“如何进行国际化大都市建设”“怎样设施CBD核心区域城市复合型建设”……针对国际化大都市一系列建筑设计观点,六位国内外建筑大师在7月27日万科·御澜道“世界都会·巅峰对话”建筑景观泰斗高峰论坛上各抒己见。被誉为后现代古典主义建筑之父、美国建筑大师罗伯特·斯特恩,当代著名园林景观设计师事务所总裁露辛达·桑德斯以及国内建筑名师杨军、卢峰、褚冬竹、万科集团成都区域首席设计师周超斌等用其专业的视角对国际化建筑设计理念进行了深入探讨。

08 万科城市乐跑赛挥汗成都 9月12日圆满落幕

9月12日14:30分,成都·城市乐跑赛在成都国际非遗博览园正式启动。来自成都众多领域的120余家企事业单位,共计近5000人健康开跑。活动当天,现场还聚集众多媒体,对此次乐跑赛进行了全程报道。城市乐跑赛是由万科主办,联合各城市有影响力的企事业单位参与的非商业性、非竞技性群众体育活动,每站赛事在一个城市范围内开展。成都,是成功举办万科城市乐跑赛的第29座城市,而就在当天,包括北京、成都、抚顺、平度、芜湖在内的五个城市同时进行了城市乐跑。在此之前,这项由万科发起的体育赛事还跑进深圳、广东、上海等多个城市。



《邻里公约》是社区的“礼治”

又到了金秋时节,这是万科业主的传统节日——Happy 家庭节。9月20日傍晚,上海万科城市花园的大草坪上聚集了1500名来自附近7个社区的邻居们,万科第12届Happy 家庭节开幕式暨“邻里公约”首发式在此举办。上海市政府、上海物业协会、万科物业以及公益合作伙伴壹基金的代表共聚一堂,见证了中国新型社区建设又一次尝试——由邻居们自发编订《邻里公约》的首发。

中国正在建成全世界最多的大规模集中住宅小区,而小区是邻里关系最重要的载体。城市化带来的快速生活节奏,让邻里间淡漠而不再相识,社区中更面临着噪音扰邻、高空抛物等一系列新的问题。面对社区中“正在消逝的邻里和信任”,一些社区先行者尝试给出他们的解决方案。

今年,在全国31个城市的112个万科社区中,超过5400名发起人与志愿者奔走鼓呼、自发倡议,打造出每个社区中、属于每一位邻居的社区公约——《邻里公约》。公约内容由全体业主共同相互约定,是居民们自己规范社区日常行为和居住公德的准则。他们倡导邻里自律,期望共建安全、文明、和谐、美好的幸福社区。在上海的万科城市花园小区,历时三个月,超过一千名业主共同议定了该社区的《邻里公约》,包括了“婚丧乔迁等传统风俗,我们不妨碍小区公共秩

序、环境,照顾邻居感受;我们为宠物办证,定期注射疫苗,自觉使用牵引带遛狗,自觉清理宠物粪便;我们停车入位,车头朝外,不跨线、压线,停车即熄火;我们呵护孩子的自尊,在公共场所避免责罚;孩子之间发生冲突,家长应首先劝导自家孩子”等近20条公约内容。

中国社会科学院社会学研究所肖林博士介绍说:“‘法’和‘礼’是维护社会秩序的两种基本规范。我国著名社会学家费孝通先生在《乡土中国》中比较了法治社会和礼治社会的区别,中国传统的乡土社会就是‘礼治’社会。所谓‘礼’就是‘社会公认合式的行为规范’,是‘经教化过程而成为主动性的服膺于传统的习惯’。同样,我们可以把社区自治分为‘法治’和‘礼治’两个部分,社区中既要靠‘法治’,也要靠‘礼治’,两者互相补充、缺一不可,共同构成社区治理的支柱。《邻里公约》的实质就是社区里的‘礼治’。”



在国家推动的社区建设中“居民公约”并非新鲜事物,但万科小区的《邻里公约》却有新颖之处。一是业主本身是需求者和发起者,有真正的业主参与;二是物业企业作为‘推动者’的因势利导和积极支持。它是生活层面的社区自治,体现了自我管理、自我教育、自我监督和自我服务,也是‘生活细节中的民主’。”

《邻里公约》的诞生,得益于万科物业将传统社区管理从单向的服务,转变为邀请居民们参与到双向的社区共建。《邻里公约》通过倡导业主自觉遵守社区文明条款,共同监督不文明行为,更让邻居们在此过程中,相知相识。万科集团高级副总裁、万科物业首席执行官朱保全说:“今年是万科物业推动社区《邻里公约》第4个年头了。有人问为什么一个物业公司会做这件事情,其实每个人心中都有一个乌托邦的梦。作为一个万科物业人,我们看到逐渐淡漠的邻里关系,也一直在思索如何促成社区里的邻居们相知相识。因而我们牵头邀请业主们一起来议定《邻里公约》,并让这成为一个起点,让相互链接的邻居们一起共建美好家园。现在,我们的124个社区已发布了《邻里公约》,也希望万科社区的《邻里公约》将来有机会在全社会进行普及。”

Happy 家庭节是万科物业为推进家庭亲情文化建设、创建新型邻里关系、增进邻里社群建设、营造和谐人居环境而举办的全国性社区文化品牌活

动,自2003年第一届成功举办以来,Happy 家庭节一路伴随万科业主已经走过了11年历程,亦成长为全国新型社区中最大规模、最受欢迎的品牌社区活动。本届Happy 家庭节将覆盖全国60个城市的超过350个社区,面向55万户家庭同时开展,持续至10月末,与历届家庭节相比可谓规模空前。本届主题为“邻居,咱们一起来”,希望通过邻居间共同实现的集体行为作为纽带,促成邻居间的相识相知、共建新型邻里关系。Happy 家庭节期间,万科社区的邻居们将共同发布由自己编订的《邻里公约》,打造一款业主专属特供大米,并出品一本关于美食与记忆的书——《妈妈的拿手菜》;并将举办《邻里公约》发布会、邻居美食节、“妈妈的拿手菜”展览、“邻居乐跑赛”等系列主题活动,倾力为广大万科邻居们奉上精彩纷呈的欢乐盛宴。

在持续到10月的Happy 家庭节期间,万科物业还同“壹基金”合作,由壹基金救援联盟团队为全国万科社区带来儿童安全训练营活动,并联合邻居们的力量,共同为贫困地区儿童接受安全教育进行筹款。2013年开始,壹基金已经为全国灾害多发地区的14,992名儿童进行了减灾教育,2014年,受益儿童将达到3万名儿童。同时,壹基金启动了针对城市儿童及家长的“安全训练营”项目,致力于推动城市家庭重视并参加亲子安全培训,提升儿童及其家庭应对灾害和日常安全问题的意识和能力。



中秋晚会庆团圆

在这个夏末初秋,除了万科特色的 Happy 家庭节,还有中国的传统节日中秋节。各个地方社区都组织了丰富多彩的中秋晚会,比如昆明各万科社区将“住这儿”和“五常大米”与活动相结合,而厦门则将具有当地文化特色的“博饼”融入其中。这些活动都为业主们奉上了一个欢乐祥和的中秋盛宴。而其中比较具有代表性的当属杭州三个万科社区的中秋晚会,它们也成为这个初秋全国万科社区的一个缩影。

西溪蝶园——热闹如庙会

杭州西溪蝶园的中秋晚会和 Happy 家庭节的主题相结合,以俊男靓女的热舞表演拉开序幕,精彩的表演让晚会现场的气氛很快热烈起来。

房产服务部表演的《中国范儿》展示了物业积极进取、健康快乐的花样风采;《月球漫步》惊险刺激;公司安全管理部带队表演《擒拿格斗》极大地吸引了现场观众的眼球,也迎来了阵阵的掌声和喝彩;《白鸟归团圆》和主持人即兴表演等节目充分调动了台下观众的情绪,将晚会掀起一波波高潮。

伴随着中秋晚会精彩的表演,本次的跳蚤市场也正式拉开帷幕,紫霞商业街人头攒动、灯光璀璨,舞台上歌声悠扬,舞台下掌声、吆喝声一浪高过一浪。当晚各摊位售卖的物品主要以家中闲置的二手物品为主,包括服装、饰品、灯具、儿童玩具、书籍、小家电等。在这次跳蚤市场的活动中,摊主们体会到了当掌柜的乐趣,而游客则获得了淘到宝物的欣喜。

晚会中间还穿插着精彩的猜灯谜和捞水果活动,猜中灯谜的

业主可兑换口味丰富的月饼,幸运的人还能在月饼中吃到一、二、三等奖品。捞水果更是精彩连连,工作人员将水果抛入水中,小朋友们拿起网兜来捞,看着小孩子们捞不到,旁边的家长们也是着急万分,现场一片欢呼声,热闹极了。

“万科物业特别重视节日氛围的打造,每逢节假日,物业都会为我们业主提供丰富而精彩的娱乐活动。”业主苗阿姨称,社区精神文明建设已深入业主心中,业主也为有这样和谐的居住环境而感到幸福、自豪。

晚会上,西溪蝶园物业不仅为业主准备了精彩的演出,还设置了游戏互动环节,业主们不仅能体验亲身参与的乐趣,还得到了幸运的奖品。猜歌环节更是点燃了观众的参与热情,让各位业主惊喜连连,得奖观众喜上眉梢。

晚会在一个多小时精彩节目与和谐有趣的互动游戏中落下帷幕,西溪蝶园物业与业主一起,感受了中华传统中秋佳节那份浓浓的节日气氛,同时在活动的互动中,拉近了距离,增进了彼此的了解。

魅力之城——精彩如春晚

杭州魅力之城将一期和二期的业主聚在一起,举办了主题为“浓情中秋夜,感恩魅力城”第五届中秋晚会。

随着音乐的响起,舞蹈演员们迈开舞步舞动起来,很快带动了节目现场气氛,小朋友们异常兴奋,一个劲儿地拍手鼓掌。靓丽的主持人隆重登场,宣告本次晚会正式开始。

本次晚会共有 12 个精彩的节目和 2 个有趣的现场互动游戏组成。晚会参演主要由小区业主、物业员工和专业演员组成。晚会中,杂技《空中漫步》、杨坤模范秀、小沈阳的东北小品,以及安全员表演的擒拿格斗等节目使得现场观众热血沸腾,掌声不断。其中素有“小刘谦”之称的魔术师表演的魔术让人回味无穷。伴随着音乐的节奏,魔术师用他灵巧的双手表演着魔术,到了最后见证奇迹的时刻,大家显得尤其紧张,屏住呼吸瞪大双眼看着台上的魔术师,随之发出一阵阵惊叹声,大家不禁为魔术师的精彩表演欢呼鼓掌。

伴随着精彩的表演,现场举行了喝啤酒比赛,这使现场的气氛达到了高潮,下面的观众情绪大涨,不断为表演的业主呐喊助威,现场充满了欢声笑语。

本次魅力之城中秋晚会参与群众总计 1000 余人,取得了圆满的成功。

钱江湾——亲如一家人

钱江湾花园的主题叫做“钱江升明月,月圆照万家”。此次晚会为万科物业接管钱江湾花园小区的第二次晚会,晚会以和谐幸福篇章为主线,晚会节目有《梅花吟》《热情肚皮舞》大合唱《中国功夫扇》《激情百老汇爵士》模仿秀、太极剑、互动游戏等,可谓内容丰富,形式多样。专业节目穿插业主自排节目,期间掌声此起彼伏。

现场还有吃月饼、喝啤酒比赛等趣味游戏,让业主可以一方面看演出,一方面还可以参与进去,进一步增加邻里及和物业之间的关系,大家更加亲如一家。由万科物业员工表演的擒拿格斗、《中国范》两个节目,更是让现场的业主们叹为观止。

最后,晚会以绚烂夺目的烟花秀和《明天会更好》的歌声作为结束,让业主朋友们度过了一个愉快而又难忘的中秋佳节。

以上这些杭州万科社区的中秋活动只是全国万科社区的一个缩影。在广州、南昌、昆明、重庆等地也都有类似丰富多彩的活动,其中很多地方都将 Happy 家庭节和中秋晚会相结合,把中秋作为这个万科节日中的一部分,为业主带来一个喜庆团圆的难忘佳节。





作者:张瑞文(沈阳)
 创意阐述:少量的花纹装饰衬托大米的优良品质。主图案后方的图腾花纹寓意为家的缩影,主图案与图腾的组合寓意新鲜大米家喻户晓,让新鲜环保进入千家万户。

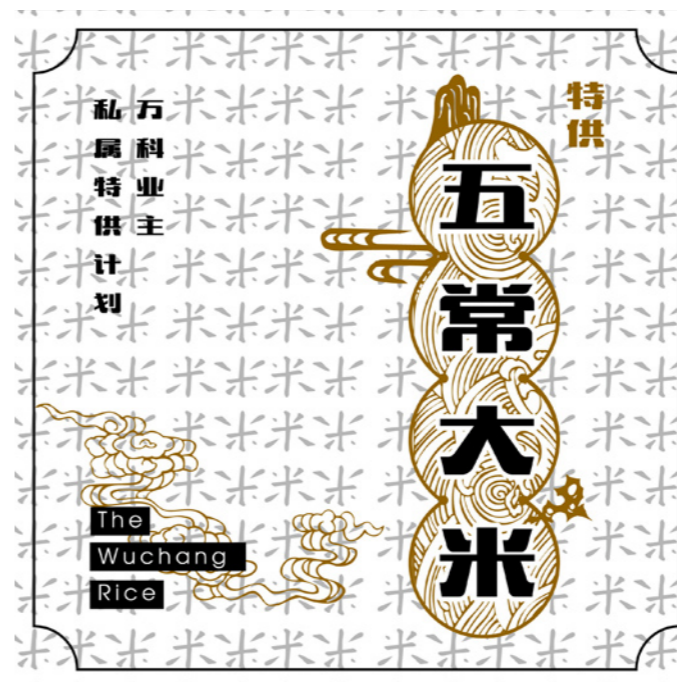
邻居,咱们一起做款自个的特供大米吧! 万科业主私属特供计划

最近走在万科社区里,大家有没有注意到幸福驿站放置的一款五常稻花香大米,或是宣传栏中正在提及的“万科业主私属特供计划”?所谓“私属特供”,是自今年2月起,万科物业通过对业主群体的意见征询、多款大米的调研,甚至前往产地与工厂的实地走访,订购了超过万斤的上品五常稻花香大米,在“邻居”微信号上发起赠米活动,送出五常稻花香大米供邻居们免费试吃。更开展了试吃反馈、包装款式、包装设计征集活动,让我们的邻居们扮演这款大米的试吃评测员、包装设计师等各种角色,热情饱满地参与到一款生活必需商品诞生的各个细节当中。

邻居们对于这种充满着互动玩法,表现出高涨的参与热情,在短短的两周内,“邻居”微信共收到来自业主群体随手拍下的大米包装款式参考图 238 幅,其中一张给予该项目负责人灵感:限量制作可重复利用的麻布质地手袋作为这款大米的包装,而非一次性的过度包装。而此手袋上的设计,也邀请业主群体全程参与。



作者:凌莉(上海)
 创意阐述:此次设计主题围绕万科业主私属特供计划,以及环保包装再利用的概念,我把五常稻花香的“五常”做了涵义的衍生:常住万科城;常展欢笑颜;常伸互助手;常行文明道;常守邻里约。大米塑封包装与纸标贴强调了万科 LOGO 的正方形概念,纸张可采用仿洒金底纹的材质,与书法体相称出古朴高雅的质感。外部包装以麻绳麻布编制的提篮展现,材质天然环保,时尚的外形也兼具了家居收纳与陈列装饰的美感,凸现限量版的别致好礼。



作者:张力(杭州)
 创意阐述:黑白金间简洁色彩搭配,以米字做底纹,走中国风的元素和字体设计。

而在微信中,亦面向已五常稻花香大米试吃员进行的一次反馈调研活动,分别从大米的味道、平常习惯食用的大米类型和购买渠道、是否愿意参与五常稻花香大米特供等问题进行调查。“邻居”微信现已收到近千份的试吃员反馈答卷,以下节选了一些业主的精彩评论。

吴丹妮(沈阳):
 大米味道确实不错,满屋子的米香~

张展(青岛):
 大米很好吃,软糯适中,放水少的时候,米粒QQ的弹牙,很有咬劲!谢谢万科搞的这次活动,成熟的社区就是这样,呵呵希望可以购买到这样好吃的米!

张雪莹(沈阳):
 五常大米的口感吃着确实和我们家平时吃的大米口感不太一样,嚼着比平时吃的舒服,味道虽然没有香米香,但是却有些香味,很喜欢,也是第一次吃。以后我家就准备买五常大米吃了,希望可以在各大型超市都看到,因为我相信大部分人购买米面都是在大型超市买的。最后祝五常大米成为东北大米的主导,因为确实很好吃!

董晓杰(青岛):
 大米真的很好吃,粒粒分明,光泽度也很好,口感很棒,好久没有吃到这么好的米了,只是价位不是很亲民,呵呵,日常食用的话,感觉不太容易接受,送礼还不错。建议提供多价位的大米。总之非常感谢能提供这样的机会让我和家人品尝到这样好品质的大米。



关于“邻居”微信,即有机会获赠五常稻花香试吃。

新米预售上线预告

十月,来自东北黑土地的五常稻花香新米收割在即。[万科业主私属特供计划]将在“邻居”微信启动首批五常稻花香新米限量特惠预订。邻居,咱们一起去五常包块地,吃咱自己的特供大米吧!

更多详情请关注“邻居”微信。



杨军 马拉松的重量

编辑、撰文 / Gail 图片由杨军提供

跑者档案

杨军
山西太原万科紫台业主
46岁
金融行业职业经理人
平时喜欢跑步、游泳
30余次马拉松经历，十多年跑步经历
资深跑者

从北京奥运会那年开始，杨军结缘北京马拉松。

六年，30多个马拉松，跑过雅典，跑过波士顿，跑过慕尼黑，在欣赏美景的同时享受跑步的乐趣。也曾顶着鄂尔多斯烈日险些出现幻觉，在贵州山地越野跑的崎岖小路上把自己逼到绝境。各种滋味的融合，让马拉松在他的生命里显得非常有分量。他离不开它，他也说，“跑了，你就懂了！”

又爱又怕

2002年，刚刚从部队转业回到太原的杨军，还过着很普通的朝九晚五的生活。工作之外，他并没有特别狂热的业余爱好。一次偶然的体检，却改变了他的生活。体检结果显示，身高180cm的他，体重将近200斤，血脂高，脂肪肝也有了，之前并未有运动习惯的他就开始下决心——运动！开始跑步！

这种带有目的性的念头给了他一个强迫性的开始。跑步，是为了减轻体重、降低血脂、消除脂肪肝，增强体质。带着这个目的，从下决心那天开始起，他就再也没有停下来过。刚开始，每天早上起床后运动半小时，加上注意饮食健康的配合，体重很快就下来了。一年之后，体重减少到160斤，血脂不高了，脂肪肝也消失了，而且身体素质非常好。他笑称自己自从开始跑步，到现在几乎从来没有吃过药、打过针。那些爱生病的人，谁让你们不跑步！

有了成效，跑步变成有点上瘾的享受。一段平庸的长跑锻炼之后，他开始寻觅新的起点。大约在2007年，杨军加入了太原市长跑协会，跟很多长跑爱好者一起跑。有了相对固定的跑友，大家约好结伴而跑可以跑更长的距

离。经过一段时间的练习，他有了一个大胆的目标，想尝试着挑战一次马拉松。

触电马拉松，就在2008年的北京。

北京奥运会之后的十月，算是最宜人的好时候。全程马拉松从天安门广场出发，经东城区、西城区、海淀区以及2008年北京奥运会主体育场国家体育场“鸟巢”、国家游泳中心“水立方”、曲棍球和射箭比赛场地等，最终到达国家奥林匹克体育中心，全程42.195公里。第一次完成马拉松，杨军的成绩是4小时零7分，首次尝试，便跑完全程。那的确是一次刻骨铭心的马拉松，前面10km都还在欣赏北京的风貌，算是比较轻松，然而30km以后，每一公里，每跑一步都觉得艰难极了。“就跟要命一样。一点不夸张！”鸟巢、水立方这些景点都已经不能入眼，眼前只有无尽的跑道。“跑完两条腿走不动路，楼梯也下不了，浑身难受，躺下时就像针扎一样疼。”

但是一旦跑完全程，稍微回过神来，成就感就陡增，这算是完成了人生中一次很大的突破和挑战，可以说，完成了生命的超越。然而，赛程的艰难在一定程度上也会给人挫败感，跑了第一次，下一次再挑战真的心里还没底儿，对马拉松，是很喜欢也很敬畏。



驾轻就熟

第一次跑完马拉松以后,再到经常跑马,这期间有个过程,当跑马变成习惯后,觉得没有什么克服不了的事情。这是杨军最大的收获。自信心爆棚,并且长期处在一个兴奋自信的状态,也全靠每两个月一次的马拉松挑战来给予。

“这六年的马拉松锻炼,在跑了十几个马拉松以后,就觉得跟喝水吃饭一样简单。”通过跑马,能发现自己潜在的能量。用他自己的话来讲,如果不做挑战自己的极限运动,对自己的认知会停留在很低的水准,不断突破挑战又不断加量,会有新的发现。一个过去自己不曾认识的杨军,不仅仅完成了让身体健康起来的使命,也完成了一次身体和精神的蜕变。

更有精力和活力的杨军,直接把马拉松给予的力量转移到工作。面对任何障碍和困难,从来都认为,没有做不到的事情。

进入到这个阶段,看得人心生嫉妒。马拉松就像永动机一样持续提供能量,但,假如你跑过一次,或者尝试过一次,就知道,如果不翻过一座可谓“黑暗”的磨难之山,哪会有这样的轻

快得意!

曾经在杨军跑第二个或者第三个马拉松的时候,他差一点就给自己的马拉松判了死刑。完成最后的冲刺以后,他竟然崩溃了:“打死我再也不跑了!跑这个干嘛?下次不跑啦,干嘛受这个洋罪?给谁跑呢?跑给谁看啊?”

马拉松过程中经历的细节,只有他自己知道,军人出身的他,遭遇数小时的缓慢磨砺,觉得很痛苦,想要放弃,又觉得面子上过不去。脚上很多地方都磨破,大腿内侧的皮也蹭破了,回到家以后,两只脚的大脚趾指甲盖轻轻一拿就掉下来。但纵然这样,他还是“自找苦吃”。间隔不久,他仍然再赴马拉松战场,受伤以后自己用绷带裹着,再痛也坚持跑完,从来没放弃过一次。

不管走到哪儿,跑步成了他最重要的一件事。他坚信,如果自己不健康,就无法照顾家人,一个负责任的人,只有把自己健康照顾好了,才有资格照顾别人。想要有好的健康,就要有付出。北方的冬天比较冷,天亮得晚,对爱跑到人来说,早起是有点挑战的。大清早摸黑跑,每天坚持,下雪下雨打伞跑,从不间断。

六字真言

世界马拉松领域实在有很多值得一说的人物,在六年马拉松长跑中,杨军结识了很多朋友以及前辈。但谈及偶像,他立即想到了自己的马拉松老师——孙小英,这是一位50多岁的跑者,跑了30多年长跑,比杨军长8岁,在太原长跑跑者里算得上数一数二的人物。他的生活充满阳光,不论有多少家事,都要抽出时间锻炼。

孙老师对生活的态度极大地感染了杨军,这让他深刻地觉得,人活着特别有意思,因此,对生活对工作都充满了热情,永远都是一种积极乐观的状态。

另外还有一位孙老爷子,一名75岁的跑者,跑了100个马拉松,曾经还跑过北京TF100公里挑战赛,不到12小时就跑完了。可以说,他退休后是把跑步当成生命,可以拿走他的一切,但不能拿走跑步。他的一句话成了杨军的至理名言:“跑了你就懂了!”短短的六个字,的确让普通人极容易忘记、极容易忽略。外行不知道懂什么,也不知道怎么去懂。在杨军这里,他翻过磨难之山以后,便懂了从马拉松汲取的营养,和跑马之后释放的力量!

跑了十几次马拉松以后,马拉松之于杨军就

成了纯粹的享受。每隔两个月他就要跑一次马拉松比赛。“每星期我要跑一次30-40km的距离,将来才能享受42.195km。跑完身体就像换一个人似的,累和痛以后,身体非常轻松、舒服,累了以后,痛快以后,才知道什么是真正的享受和舒服。没有累过就享受不到舒服。”每个人想享受生命,就要痛痛快快地累一次。

跑步过程也是有技巧的,刚开始要慢,最重要的前10km,千万不要用力过猛,否则会非常吃力,后面还会掉速。控制好前10km的步伐和速率,注意动作,摆臂不宜过大,否则肩部很累,落地要轻,否则很累。有意识控制一下落地的感觉,慢慢去学习和掌握。这样,后面就可以越来越快,甚至最后的10km可能会随心所欲控制速度,想快就快,甚至可以冲刺。

对于跑步的装备他并没有苛刻的要求,跑得多了,穿参加比赛的短裤,一定是透气性好、轻薄的装备,不能太重,否则容易磨损皮肤。鞋子要比平时大半号,正好的鞋子会容易受伤。参加比赛的鞋提前准备好,训练鞋和比赛鞋不同,最好要专业的马拉松鞋,阿迪、耐克的都不错。平时训练他就带点水,一块巧克力,2-3小时以内的锻炼甚至不带手机。





不过浮云

六年跑 32 个马拉松。印象最深的有很多次,第一次挑战北马,跑完成僵尸。有一次在贵州,3 天跑 102 公里,第一天跑一个马拉松,第二天跑一个马拉松,第三天是近二十公里的越野跑,耗时 10 小时零 7 分,当时有 13 个国家的 200 个运动员参加,杨军荣获 67 名。跑山地的挑战很大,印象极深。

还有一次是前年的鄂尔多斯国际马拉松,当时开赛比较晚,八九点左右开始,紫外线很强,晒得人很热,非常难熬。全程顶着太阳,一点阴凉都没有。赛程极为艰难,最后的成绩是 4 小时 30 多分,算是有史以来最差的成绩。可能因为天气恶劣,参赛的运动员不多。但不管受过什么苦,在看过很多意志坚强的人之后,都觉得这些苦痛都不过浮云而已。曾经跑步中他遇到过残疾人,胳膊没有了,但最后成绩也很不错。也见到过盲人,有导盲的跑者一起陪伴。残疾人都这么坚持,很让人感动。也曾经遇到过一个癌症患者,跑得很慢,年龄大约四五十岁,他在背后写着“我是一名癌症患者”的字样,这种挑战自我、突破自我的精神极大地鼓舞着正在跑的杨军,任何打退堂鼓的怯懦之心都被消灭了。

跑了之后,懂了很多。他有了新的朋友圈,有来自各行各业的,医疗、政府、董事长、教授还有普通工人,跑者协会每星期做活动,大家一起交流,一起跑 20km。新朋友圈让生活非常规律,作息时间非常好,身体很好,这么多年没吃过药打过针。

Q&A

Q= 邻居 A= 杨军

Q:对跑步装备的要求?

A:实用。时尚兼顾也行。曾经有过脚部严重受伤的经历,所以特别注重专业性,一定是专业的马拉松鞋,比平时的鞋大半号。

Q:最喜欢的跑道?

A:曾经参加过希腊雅典马拉松,景色特别神圣壮观。自我对马拉松的信仰在雅典能感受到,对美国的波士顿马拉松很感兴趣,那里的人特热情,能激发人的热情。空气质量好、国民支持,很喜欢。慕尼黑马拉松,小镇上空气非常好。厦门、上海的马拉松赛道都不错。

Q:平时最常去的锻炼场所在哪里?

A:平时锻炼在太原的滨河公园,沿着滨河公路跑。

Q:你对跑马的热情是否也影响了身边的人?他们发生了怎样的改变?

A:影响了很多单位的同事,很多人被我影响,上百人。都跑马拉松,半程全程有20多,家属也和我跑,很多人都说身体好,就开始早上跑。

Q:现在跑步是什么频率?

A:每天最少10km。每两天跑20km,每星期要跑35km,没有的话身体就会不舒服。

Q:很多马拉松比赛都是自理费用,其实跑步并不是一件花费低的活动,你怎么看待在这方面的支出?

特别值,尽管花。计较这方面,就别热爱它。

A:如果费用紧张可以就近参加国际马拉松赛事,经济条件好的就多参加欧洲、美洲的。





萧红(1911-1942年),原名张迺莹,笔名萧红、悄吟、田娣、玲玲等,出生于黑龙江省呼兰县(现哈尔滨市呼兰区)一个地主家庭。现代作家。代表作《呼兰河传》《生死场》。另有长篇小说《马伯乐》、系列散文集《商市街》、长篇小说《回忆鲁迅先生》、短篇小说《小城三月》等为读者熟知的作品。

萧红 每一个男人都是误会

编辑 / 金春 撰文 / kivi 图片由章海宁提供

“这边树叶绿了 / 那边清溪唱着 / 姑娘啊—— / 春天到了 / 去年在北平 / 正是吃着青杏的时候 / 今年我的命运 / 比青杏还酸。”1932年的春天,萧红在东兴顺旅馆写下了这首诗,那时,她被软禁在杂物间里,和肚子里6个月大的孩子等着未婚夫汪恩甲。饥寒交迫是痛苦的,精神上说不出的痛苦最痛苦,而这位鲁迅先生最欣赏的女作家,用她的天真和悲凉全情书写着最痛苦的一生。萧红的部分小说被特定时代误读,从而使她获得了“抗日爱国女作家”的称谓,除了作品,萧红31年短暂的生命,现在仍然众说纷纭,莫衷一是。由中国香港导演许鞍华执导的萧红传记电影《黄金时代》成为第71届威尼斯电影节闭幕影片,如今也在国内轰然上映,许鞍华说拍萧红是自己40年的心愿,而汤唯零片酬出演萧红。

落难的娜拉漂泊的一生

“呼兰河这小城里边,以前住着我的祖父,现在埋着我的祖父。”1929年,最疼爱她的祖父去世,萧红对家不再留恋。1931年秋,20岁的萧红逃离软禁她的阿城福昌号屯腰院,再也没有回来。从1927年至1942年,萧红有过15次以上的“离开”,她居住过的地方包括哈尔滨、北京、青岛、上海、日本东京、武汉、临汾、西安、重庆、香港等,除了哈尔滨时间略长一些,其他则从没有在一个地方真正住过两年以上,漂泊是萧红的生活常态。

(1927年-1942年)

1927年9月,哈尔滨。萧红离开呼兰去哈尔滨读初中。

1929年,呼兰。最疼爱她的祖父去世。

1930年夏,北平。萧红逃婚,随表哥陆哲舜到北平读书。

1931年1月,呼兰。因家庭的压迫和经济的困窘,萧红与陆哲舜各自回家,萧红被软禁。

1931年春节后,北平。萧红离家去北平,不久回到呼兰,后被软禁在阿城福昌号屯。

1931年10月,哈尔滨。萧红逃离福昌号屯,在哈尔滨流浪。后与未婚夫汪恩甲一同住进东兴顺旅馆,开始同居生活。

1932年春,哈尔滨。汪恩甲离开东兴顺旅馆,一去不返,孕中的萧红被当作人质。同年7月结识萧军,8月底产下女婴并送人。

1934年6月,青岛。萧红和萧军应友人舒群的邀请,移居青岛。

1934年11月,上海。二萧因舒群被捕而离开青岛前往上海。11月30日,见到鲁迅。

1936年7月,日本。萧红与萧军陷入情感纠葛中,在友人的建议下,萧红远赴日本。这年的10月19日,鲁迅在上海病逝。

1937年1月,上海。萧红回到上海,与萧军陷入新的危机中。

1937年4月,北平。萧红离家出走,躲入一画院寄宿,后被萧军寻回。4月23日,离开上海去北平散心。5月下旬返回上海。

1937年8月,上海“813”抗战爆发,9月下旬,萧红与萧军去武汉。

1938年1月,应李公朴约,萧红与萧军、田间、塞克、端木蕻良、聂绀弩等人从武汉到山西临汾,在民族革命大学教书。在临汾结识丁玲。

1938年2月,临汾。日军逼近临汾,萧红随丁玲的“西北战地服务团”转移,萧军决定留下打游击,与萧红在临汾火车站分手。

1938年初春,临汾。在临汾车站和萧军分手。

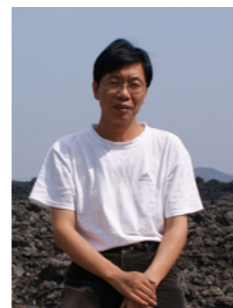
1938年5月,武汉。萧红与端木蕻良结婚。

1938年9月,重庆。萧红撤离武汉,来到重庆。

1938年11月,江津。萧红在白沙镇生下一子,不久即夭亡。

1940年1月,香港。萧红与端木蕻良到香港。12月20日,完成《呼兰河传》。

1942年1月22日,香港。萧红在香港圣士提反女校辞世,终年31岁。



章海宁

黑龙江省萧红研究会副会长,主编《萧红全集》《萧红印象丛书》,著有《萧红画传》《萧红印象》《书衣》《萧红年谱》等。

男人,男人,男人……

“说什么爱情/说什么受难者共同走尽患难之路程/都成了昨夜的梦/昨夜的明灯。”

——萧红

一个女人和四个男人的故事,有人还会添油加醋说是和六个男人的故事,并且两度怀着前一个男人的孩子跟下一个男人结合,在这样的语境下,作为一个女人,萧红很难不被戏说。有人讥笑她离开男人活不了,有人因为她感叹女人的懦弱。的确,作为一个受过五四新文化,有觉醒意识的女性,她让人困惑。萧红研究者章海宁却说:“我们没有资格去可怜她。”在上世纪30年代,一个女子,生长于冷漠的书香门第,后长期生活于社会底层,她看到了民族的苦难,她反对封建专制对女性的压迫,她写出了如诗如画的文字。要知道,在那个年代,女人对于自己的生活几乎没的选择,而萧红在 31 载年华里,尽情燃烧了。

汪恩甲|薄 “萧红和汪恩甲之间是有情意的。”

还在呼兰时,萧红为汪恩甲织过毛衣。汪氏族人去世时,萧红还去吊过孝。可见他们之间是有情意的。1931年1月底,萧红再赴北平,汪恩甲随后追去。2月,二人回到哈尔滨。不久,萧红随继母迁居阿城福昌号屯,陷入软禁中。10月,萧红躲入送菜的大车,逃离福昌号屯,从此与家庭决裂。流浪中,再次与汪恩甲走到一起,发现怀孕后,与汪到哈尔滨东兴顺旅馆同居。1932年春,汪恩甲离开东兴顺旅馆,一去不返。

萧军|暴 “萧红和萧军在一起是一场误会。”

二萧的爱情故事一直为人津津乐道,充满浪漫的色彩。从哈尔滨到青岛,再从青岛辗转上海的这段时间,萧军曾这样描述:“我们像春天的燕子似的,一嘴泥,一嘴草,终于筑成了一个家。”两人确是患难夫妻。随着文学创作的初步成功和生活的初步改善,萧军频频出轨,并对萧红拳脚相向。关于此事,萧红在《苦怀》诗中写道:“我不是少女,我没有红唇,我穿的是从厨房带来油污的衣裳。为生活而流浪,我更没有少女美的心肠。”萧红与萧军走到了决裂边缘。抗战爆发,为萧军抛弃萧红提供了最为神圣的理由。萧军说去打游击离去,后来去了延安,萧红则到了西安。

萧红和萧军的结合,是一场美丽的误会。萧红当时有可能被卖到妓院,前路渺茫,她没的选择。她不是一个自由的人,萧军是她的一根救命稻草。萧军写作的身份,使萧红认定,他是她的希望。果真,萧军引萧红走上了文学之路,而她的文笔常常更为友人们称赞。

从旧文化走来的萧军,有着很多大男子主义的习性,性情放纵,对女性随意,缺少尊重。对传统的封建女子来说,可以逆来顺受,但对觉醒了萧红来说,却充满了不堪和精神的侮辱。

端木蕻良|柔 “端木是被严重丑化的一个人。”

在汪恩甲、萧军、端木蕻良三者中,端木是萧红主动选择的男性。端木出身于地主家庭,接受过良好的教育,性情平和,温文儒雅,才华横溢。萧红也出生于地主家庭,她喜欢的还是像端木这样细腻的人,并且端木和萧红都会画画,在文学上有共同的追求。但端木历来都被描绘成破坏二萧关系的第三者。一般读者只看到二萧破裂,萧红与端木走到一起,再加上好事者添油加醋的言说,端木被逐渐描黑了。在二萧的婚变中,二萧的友人并不熟悉内情,也不能体会萧红在此前的婚姻中受到的巨大伤害,只是凭友情判断是端木的情感楔入,这既不符合事实,也是一厢情愿。端木不擅与人沟通,人际关系也一直不好。近年,《萧军全集》出版后,其中的萧军日记内容公开,细心的读者才发现,早在萧红离开萧军前,萧军已经做好了分手的准备,只等萧红开口。在临汾,萧军在战争逼近时刻,却丢下萧红,声言去打游击,已经是分手最明确的表达。而端木与萧红是在西安才最终确定恋爱关系的。

在萧红和端木的关系中,情感的天平更多倾向于萧红。端木在家中排行最小,不太会关心别人,在生活上过于依赖萧红,端木身体比较差,显得比较懦弱,与萧军的硬汉形象,迥然不同。萧红和萧军在一起,她是

1935年,萧红和许广平在鲁迅寓所前合影。



1937年初,萧红在鲁迅墓前与金一(左一)、袁淑奇(左二)、张秀珂(右二)、萧军(右一)合影。



从属地位,与端木在一起时,她是女主人的地位。如果仔细观察萧红与端木会发现,不是端木选择了萧红,而是萧红选择了端木。在他们的生活中,更多的是萧红作主,端木像个孩子一样,时时要听从萧红的安排。萧红摆脱了萧军的大男子主义的压迫,又陷入了另一种痛苦中,“什么是痛苦,说不出的痛苦最痛苦。”这是萧红在她题名为《沙粒》诗中的最后一句,虽然是写她和萧军的情感之痛,但也是她和端木后期的情感写照。端木并非传言中的无情之辈,萧红去世后,端木 18 年孤身。友人回忆,在武汉时,逢萧红祭日,他一人到墓地躺一天。即使再婚后,也常在萧红的祭日,写诗悼怀,其文字情感真挚,萧红从未在端木心中离开。

骆宾基|敬 “历史就像小姑娘,任人打扮。”

阴差阳错的,骆宾基成为萧红去世前守护在她身边的男人。因为骆宾基《萧红小传》的巨大影响力,人们一直认为,最后陪伴萧红的只有骆宾基。这与事实有很大差异。但这 44 天,彻底抹黑了端木蕻良的丈夫身份,也厚送了骆宾基在萧红生命中的意义。坊间传言,萧红在病床上对骆宾基说:“骆君,到那时(康复)你肯娶我吗?”但萧红已逝,骆宾基本人及其后人都矢口否认。可能读者希望一生漂泊、缺乏安全感的萧红在带着遗憾离世时,也是带着希望的吧。章海宁没有确切否定这段故事,他说历史就像小姑娘,任人打扮。在萧红研究中,随着新资料的发现,许多看法也在不断变化当中。应该说,骆宾基对萧红和端木都是怀着敬意的,而萧红也把这位小自己 6 岁的同乡当成亲近的

弟弟。端木当初也把骆宾基当老乡,把自己在《时代文学》上连载的长篇小说《大时代》停下来,发表骆宾基的《人与土地》片段,标题画则是萧红的杰作。

鲁迅|惜 “这样的天才,让她那样的死去,只有鲁迅先生是没有责任的。”

萧红和萧军在上海与鲁迅刚见面,鲁迅就给了他们 20 块钱,并亲自为《生死场》写序。当她和萧军出现感情裂痕时,鲁迅和许广平也会予以安慰。萧红临终时说她最想葬在鲁迅先生的“墓旁”。鲁迅于她,是指引者、是祖父,是一个充满归属感的港湾。在鲁迅的帮助下,颠沛流离的萧红在上海得以短暂地安定。

萧红的《回忆鲁迅先生》,是所有悼念鲁迅的文章中最为质朴感人的“绝唱”。在这篇回忆录里有这么一个片段,有天下午萧红要去赴宴,让许广平给她找一点布条或绸条束一束头发。拿来了米色、绿色还有桃红色的,两人一起选定了米色的绸条。为了逗鲁迅开心,许广平故意把那桃红色的举起来放在萧红头发上说:“好看吧!好看吧!”萧红也非常得意,很规矩又很顽皮地等着鲁迅往这边看。鲁迅一看,脸是严肃的,他的眼皮往下一放:“不要这样妆她……”萧红在鲁迅面前像个孩子,可以撒娇任性,甚至可以打扮臭美。如果说鲁迅是萧红的知音,萧红又何尝不是鲁迅的知己呢?在聂绀弩的回忆文章中,萧红曾对鲁迅的杂文和小说有过一番精到的评价,聂绀弩认为这是他见过的对鲁迅作品最为恰当中肯的评价,超过了一切评论家。

“我一生最大的痛苦和不幸就在于我是一个女人。”

萧军描述他在东顺旅馆顶楼上第一次见到萧红时的景象:在现实中,她被囚禁在封闭的陋室,举目无亲,遭受着怀孕和饥饿的痛苦,而在精神上,她仍拥有一个自由超然的国度,她作画、素描、书法并渴望读书。在温暖无害的艺术想象世界,萧红怡然自处,任意驰骋,而在冰冷的现实世界,她又显得那样隐忍被动,任人囚禁、任人虐待。

“你知道吗,我是一个女性。女性的天空是低的,羽翼是稀薄的,而身边的累赘又是笨重的……不错,我要飞但同时觉得……我会掉下来。”萧红把对女性感到的悲哀说给许广平听。她认为自己的身世是很凄凉的,然而,在很多人的眼里,萧红一直是受到朋友的关爱同时也是受到人们的尊敬的。在那样的年代里,有几个女人能像萧红那样作为一个作家得到了尊敬?

但萧红曾不止一次地说:“我一生最大的痛苦和不幸就在于我是一个女人。”这是萧红对男权文化所主导社会的质疑和批判。在封建专制社会里,女性是失语的。五四运动之后,女性像男性一样,有了受教育权,在新文化启蒙下,女性开始觉醒,部分女性迈入写作者的行列,女性有

“难道一个女作家还养不活一个孩子吗?”

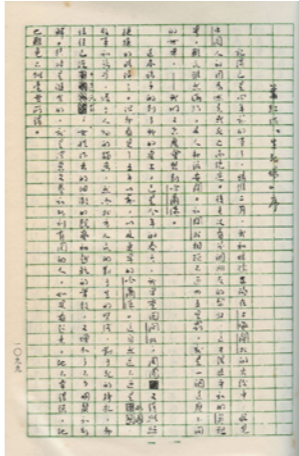
萧红在江津白沙镇生下了萧军的孩子,不幸夭折,引起了很多猜测,甚至有流言称萧红害死了自己孩子。胡风的妻子梅志很不理解:“是谁剥夺了她做母亲的权利、爱自己孩子的权利?难道一个女作家还养不活一个孩子吗?”

萧红在母亲这一身份上是矛盾的,她的作品《生死场》中有很多孩子的死亡,这是她当年失子的阴影。萧红笔下的母亲,多是一些饱受人间苦难的下层妇女,她们不仅形体、相貌比较丑陋,而且大多在无爱的婚姻中进行着动物似的生育,她们有时爱动物,胜于爱自己的孩子,有时不免冷酷、残暴。这与萧红早年对自己母亲的印象有一定的关系。

了自己的话语权。但这种话语权是有限的,女性获得社会的认可,还是需要男性推介,批评的权力还是掌控在男性的手中。即使像萧红那样天籁般的文字,批评家首先看中的,并不是文学本身,而是其背后的政治话语,鲁迅、胡风、茅盾对萧红文字的评价,无不如此。萧红对此,有着深刻认知。

萧红读书的愿望一再破灭,她曾流落街头,那时的社会很难为一名普通的女子寻找到一个稳定的工作机会,她若生存,不得不依附于男人。萧红与男性的冲突,其本质不是个体的冲突,性格也不是决定的因素,而是不可调和的两性冲突,文化的冲突。这种冲突的结果,多以弱势者悲剧的结局而告终。萧红憧憬着自己的爱情,但她的选择有限,即便难以忍受,也很难离开。在与萧军结合六年之后,萧红重新感受到了某种娜拉式的孤独和痛苦。但除了依附萧军,她孤立无援,她感觉没有属于自己的朋友。但她却不能像娜拉一样一走了之,她会被萧军的朋友找回来,而那个最初接收她的画院主持人也会反悔说:“你丈夫不允许,我们是不收的。”

萧红在母性的方面有着复杂的情感。一方面她很爱孩子,但她没有做母亲的经验和耐心,她对母亲的角色又是抵触的。但我们也不因此而把萧红进行刻意的“恶母”想象。萧红的第一个孩子的生父汪恩甲下落不明,那时她的生活糟透了,她与萧军身无分文,居无定所,现实的绝境逼着她做出了把孩子送人的选择。第二个孩子的夭折,迷雾重重,可能在萧红的潜意识里,母亲曾是她的难以忘怀的痛苦记忆,她成长的环境也缺失一个母亲般角色的爱护,相反,母亲的暴烈,继母的刻薄,使她无意去扮演母亲这一角色。在萧红看来,母性可能也是女性被男权社会文化建构的本质性规定之一,它并非女性天生具有。



鲁迅为萧红《生死场》所作序言手稿



萧红生前从刊物上剪下的自己作品《两朋友》

“我是痴丫头香菱”

萧红曾自比《红楼梦》中发梦都在学做诗的痴丫头香菱,试看萧红的诗:“我走进屋来,为什么眼泪流呢? / 落满了襟袖。 / 八月天过了,为什么牵牛花永不落呢?”“昨夜他又写了一只诗, / 我也写了一只诗, / 他是写给他新的情人的, / 我是写给我悲哀的心的。”萧红一生凄凉,但在文学世界里,她是天真的痴丫头。

“‘左翼’、‘抗日’是时代话语下的误读”

萧红的《生死场》在很长的一段时间里,一直被人误读。鲁迅为《生死场》所作的序言中说:“这自然不过是略图,叙事和写景,胜于人物的描写,然而北方人民的对于生的坚强,对于死的挣扎,却往往已经力透纸背;女性作者的细致的观察和越轨的笔致,又增加了不少明丽和新鲜。”这既是鲁迅对《生死场》的赞美,同时也是一种隐晦的批评。很多人批评萧红的小说人物不够坚实,故事情节不够丰满。萧红自己并不认可。萧红认为,小说有很多种写法,不是一提到小说,就是契科夫、托尔斯泰的那样。萧红的这种认知,反映了她拒绝权威,追求艺术个性自由的特征,这是萧红作品区别与其他作家文字的鲜明之处。

《生死场》让萧红一夜成名,《生死场》被定性为“抗日文学”。“左翼”、“抗日”,这是一个时代话语的误读,萧红虽然写到了抗日,但她着力之处还是对农村的“荒野的景象”展开想象。萧红直面乡村的破败、荒凉,不但物质极度匮乏,生活在那片土地上的人,精神也荒芜着,糊里糊涂地生,糊里糊涂地死,像动物一样。人性的荒凉令人窒息,女人和男人之间都是一种歇斯底里的关系,女人不因为自己的美丽、出身而改变,人性在这里被彻底扭曲。男性被物质的暴君所压迫,女性被物质和男性双重压迫着,以至于小说中女子“金枝”不知归宿,暗含着“女子无家”、“女子失家”

的悲剧主题。所以,将《生死场》定位于“抗日小说”,显然遮蔽了其深刻的社会主题。萧红说,作家的写作,永远对着人类的愚昧。所以,她更看重在文字中探索人的生存意义和价值,这也是文学的永恒的主题之一。

“《回忆鲁迅先生》是绝唱!”

“鲁迅先生的笑声是明朗的,是从心里的欢喜。若有人说了什么可笑的话,鲁迅先生笑得连烟卷都拿不住了,常常是笑得咳嗽起来。”“鲁迅先生走路很轻捷,尤其使人记得清楚的,是他刚抓起帽子来往头上一扣,同时左腿就伸出去了,仿佛不顾一切的走去。”

鲁迅先生去世后,萧红写了很多篇回忆鲁迅先生的片段,《回忆鲁迅先生》为集大成者,其文字是淡淡的,完全是生活化的白描,但情感是真挚的,强烈的,把不平凡的鲁迅平凡的一面表现了出来。白描是一种极高的文学境界,抛开了一切花哨,让生活和情感自然流露,这种轻描淡写的文字不能造作,是从心里流淌出的。邓丽君曾说:“我过去不了解鲁迅,看了萧红的文章后,才读鲁迅的作品。”《回忆鲁迅先生》这篇文字不是写出来的,而是口述的,由别人记录萧红整理的,它给人碎片化的感觉,但却无意中尝试了口述实录文体的写作,并达到了一种炉火纯青境界,一直被学界认为是回忆鲁迅文字的“绝唱”。



1936年,萧红在日本东京

“她是一个超越时代的作家。”

在香港,萧红的《呼兰河传》被评为20世纪中文小说百强第九位。《呼兰河传》完成于1940年12月20日,因创作的题材与当时的抗战大环境距离甚远,因此人们颇有微词,茅盾曾批评《呼兰河传》看不见日本帝国主义那种血腥的侵略,认为萧红是退步了,躲到小我天地里去了。1946年,茅盾重读《呼兰河传》,写了读后感。一方面他认为,《呼兰河传》有“一些比‘像’小说更为‘诱人’些的东西:它是一篇叙事诗,一幅多彩的风土画,一串凄婉的歌谣”。认为这部小说为新文学的发展提供了新鲜的成果:“有讽刺,也有幽默。开始读时有轻松之感,然而愈读下去心头就会一点一点沉重起来,可是仍然有美,即使这美有点病态,也仍然不能不使你眩惑。”但同时还严厉批评萧红与时代隔绝了,茅盾的这个经典批评,在很长时间里,影响了读者对这部小说认知和阅读,直到20世纪末,读者才逐渐跳出这个框定的评价。

《呼兰河传》写的是萧红家乡的事,“1911年,在一个小城里边,我生在一个小地主家里。父亲常常因贪婪而失掉人性,他对待仆人、对待自己的儿女、以及对待我的祖父都是同样的吝啬和疏远,甚至于无情……”“从祖父那里,知道人生除掉了冰冷和憎恶而外,还有温暖和爱。”“那园里的蝴蝶,蚂蚱,蜻蜓,也许还是年年仍旧,也许现在完全荒凉了。”“小黄瓜,大倭瓜,也许还是年年地种着,也许现在根本没有了。”看萧红的小说,可以感觉到萧红是忘却了理论进行着强烈的个体生命体验的自由创作,小说看似没有章法,却谋篇布局,别开生面。萧红认为作家是没有阶级性的,作家的写作是为全人类服务的。她的小说像散文,她的散文又像小说,属于一种“间性文本”,文字诗话,抒情性强,不以故事情节取胜,而以感情浓烈夺目。这是她独创的“萧红体”,若从文体来看,中国现代文学作品中,没有一部是与《呼兰河传》相似的。

萧红,“热”了?

拍萧红是许鞍华40年的心愿。许鞍华前年年底开拍《黄金时代》,内容是关于萧红传奇一生的故事。许鞍华说自己在20多岁时就想过拍萧红,但没有人肯写,也没有人懂她,拍萧红是自己40年的心愿。片名源自萧红写给萧军信中的一句话:“这不正是我的黄金时代吗?”

汤唯零片酬出演萧红。女主角汤唯饰演萧红外,姚晨、袁泉、王千源、黄轩等也已确定出演,其中黄轩饰演骆宾基一角。这些演员全部不计片酬出演,有的甚至是零片酬。

霍建华导演,小宋佳主演的电影《萧红》去年已上映。萧红的传记和传记小说,公开出版的有60多部。2011年一年中,便有9部萧红传记出版。

另有多部与萧红作品、生平有关的舞台剧、纪录片演出和播出,如电视连续剧《萧红》、广播剧《萧红》,话剧《生死场》、评剧《我那呼兰河》等。

萧红作品的版本数量惊人。仅仅20世纪80年代以来,国内外出版的萧红作品版本不下200余种,其代表作《呼兰河传》,从作品出版至今,国内外已有60多个版本。

萧红的作品,除《火烧云》之外,近年另有《祖父的园子》等多篇入选小学语文课本或小学语文辅助读物。在美国、日本、韩国、俄国、德国有很多研究萧红的学者。美国、日本、韩国有学者以萧红为专题撰写博士论文。

“这是一个伪现象。”史航、止庵、章海宁默契十足地回答。因为有关于萧红的两部电影,所以制造了这么一个现象。史航理解的“热”是本来不读她的书的人因为这个“热”去看她的书了,但萧红还没有这个影响力。“但很难说她被忽略了。”止庵看过萧红的每一部作品,萧红的作品艺术水平高低区别比较大,并非每部作品都是精品。萧红早期的作品是左翼姿态的,直到晚期离开了左翼的方向,写了《小城三月》、《呼兰河传》,如果她不写《呼兰河传》,她的文学地位会低很多。现在东北作家群,包括萧军、端木蕻良、骆宾基,他们的作品几乎没人看了,而萧红还在被讨论,并且《呼兰河传》和《生死场》被出版了很多次,文学地位在稳步上升。但更多的读者关注的不是她的文学作品,而是她人生的不幸,甚至私生活。



史航

著名编剧、文艺评论人,代表作:《后视镜悬疑》、《唐山》、《独立精神》



止庵

民国文学研究者,代表作:《周作人自编文集》、《张爱玲集》

萧红,说也说不清

1.有人把萧红和张爱玲进行对比,萧红和张爱玲有可比性吗?为什么张爱玲比较有名?

史航:同一个时代的女作家必然有可比性。她们都是民国范儿的代表,但说起民国,大家想到的是张爱玲的民国,衣食无忧的女作家范儿,而萧红是饥寒交迫的文艺女青年范儿,是另外一种民国。萧红的书里有几件好衣服?所以萧红不流行是必然的。萧红没有装饰美,张爱玲既有装饰美,也有内在美,萧红描述的是生活中本质的样子,张爱玲的东西是照片,萧红的是木刻,照片的意思是可以很真切,萧红的是她自己朴素的力道,都有质感,不同的质感,不容易恰当比较。世界上会有张爱玲语录,但不会有萧红语录。

止庵:我不太喜欢这个比较。张爱玲和萧红的家庭背景、受的教育不一样,写作方式也不一样,萧红是一个用本能写作的作家,她的天分很高。萧红1942年就死了,张爱玲1943年才开始写作,她们根本不是一个时代的作家,不要做谁高谁低的评价,萧红写了《呼兰河传》,就是中国现代史上一位很重要的作家了。她们的读者也不同,张爱玲拥有很多小资读者,张爱玲是小资的一个标志。即使没有张爱玲,萧红的地位也不会比现在高多少。

2.萧红是个易妥协的人吗?她在害怕什么?

史航:不是妥协,是矛盾,妥协是内心的不矛盾。她害怕的不是穷和孤单,而是害怕自己爱的一切被证明不值得自己爱,比如和萧军,她怕的不是被萧军抛下,不是没钱花,而是怕自己白爱了,爱错人了,她不想面对这样的事实。

3.萧红情感悲剧的原因是什么?

史航:我觉得她的很多不幸跟那个年代没有避孕措施有关,她怀着汪恩甲的孩子和萧军同居,又怀着萧军的孩子跟端木结婚。她的感情悲剧,很重要的一点是因为她敏感,就像她会放大别人对她的好。像《欲望号街车》里的台词:“我总是依赖陌生人对我的好意。”她病重在香港时,柳亚子给她打一电话,说你的声音怎么是这样子,比前段好一点,有起色。她一挂电话就对骆宾基说,他那么在乎我,他还会听我的声音,他还因为我的声音关心我的健康。但每个人的好意就给那么一点,过后就没。

止庵:萧红的感情悲剧,主要的问题是遇人不淑。但是鲁迅和骆宾基不是她的男人。她的表哥、未婚夫、萧军、端木,都是很理想的,在关键时刻都是没有担待的人。80年代我见过萧军,他是非常粗鲁的一个人,但端木又太阴柔了,如果把两人融一块就好了。她遇人太极端,但萧红自己也不是很明白的人,四次遇到这样不如意的男人。萧红很不幸,但是也没法说,她想摆脱很多却摆脱不了,就是这个结果。

4.萧红在母亲这一角色上的缺失,有哪些原因呢?

止庵:世道太艰难,萧红一生颠沛流离,一共只活了31岁,她的生平不太允许她有做母亲的机会,她还有写作,她还有肺病,不要光想外边的事,还有里边的事呢,不能要求她什么都要做到,不要给她设计太理想的人生,没有理想的人生。只能说她的一生都很遗憾,所以临死时她还会写“心不甘”呢。如果萧红当了母亲,可能就没有《呼兰河传》,如果当了母亲,可能就没有萧红这个人了。你是喜欢什么呢?我们应该爱护这么一个人,这个人已经承受了自己的很多不幸。咱们还是得宽容一点,好吧?



驾车穿越盗梦空间

编辑、撰文 / 杜鹏硕

在这篇文章中我是不会向你讲解《盗梦空间》这部电影的,就好像我不会和你讨论汽车设计师如何画草图、建模型一样,因为它们都需要一定的几何学、逻辑学,以及建筑学的基础知识。我要做的是,带你穿越设计师们的梦境,探寻他们的灵感源泉。

探寻设计师的灵感,这确实是一件很有趣的事,就好像盗梦者们偷取别人的思想一样,当然,我们的行为是完全合法的。

一款汽车的诞生有很多规则和模式,但是最吸引人的部分一定来自它的偶然因素,而这些正是源自于汽车设计师们的奇思妙想,这些奇想大都出自他们灵感的闪现。就好像艺术家一样,设计师们需要灵感的迸发,而这也让汽车工业展示了它难得的个性十足的艺术魅力。

动物造就汽车

别误会,我并不是说汽车行业的从业者都是禽兽,我只是说仿生学对汽车设计师的影响很重要,把很多我们熟悉的汽车圈在一起,这就是一部精彩的动物世界。

话说汽车本身和动物就颇有渊源,汽车诞生之初正是作为马车的替代品出现的,于是很多与马相关的内容就被安在了汽车上,比如法拉利、保时捷、野马等。但是这些都并不是设计灵感的体现,而仅仅是一种象征,象征着汽车拥有骏马一样奔腾驰骋的能力。

说来也奇怪,虽然汽车品牌都很喜欢马、飞鸟之类能够展示速度感的动物,并将它们作为自己的品牌标签,但是在设计师的眼中,这些生物也许与“速度”二字过于契合,使得人们缺少了想象空间和一鸣惊人的视觉冲击,所以汽车设计师们很少以马、豹、鸟这些速度王者作为自己的灵感原型,而是选择了一些更独特的动物。

在众多动物之中,只有最疯狂的设计师才敢以毒蛇的灵感来设计一款汽车。冷酷、无情、最原始的杀伤力,是蝮蛇带给我们的最基本印象,但克莱斯勒的设计师们这样干了,于是我们拥有了一个和蝮蛇一样凶猛的汽车——道奇蝮蛇。

道奇蝮蛇的设计师们经过对真正蝮蛇的仔细观察,给这款超级跑车装上了一副无比犀利的“面孔”,冷酷、敏锐、蓄势待发,这些正是道奇蝮蛇的设计师们想要传递给人们的,当你站在这辆车前时,你似乎能感受到速度感带来的杀气。

我一直相信地域文化对设计师的创造力是会产生影响的,道奇蝮蛇诞生在美国似乎正是受到了美国文化自由、多元化的影响,包括福特眼镜蛇在内,一方面美国人对蛇这种动物有一种偏爱,另一方面,美国人更容易接受这种犀利并且具有破坏力的动物,于是美国消费者

也很认可这样的设计理念。

根据以上论点,我不由得想起了在今年的北京车展上见到的一款环保概念车,整车都以竹子作为设计灵感,无论是造型、图案,还是内饰,竹子的元素无处不在。于是我便臆测这是一部国产轿车,因为中国人以竹喻君子,整车便充满了中国风。当然,我的猜测是正确的。

而另一个更直观的,更中国风的设计就要数吉利熊猫了,这款卖脱销的小型车成为了国产设计中的代表作。

比起蝮蛇、眼镜蛇之类的冷血动物,熊猫显然憨态可掬,更惹人喜爱。熊猫是中国的国宝,具有很强的代表性,不过我认为吉利之所以选择熊猫,正是中国人性格的写照,有点与世无争的意思,要知道,我们也不乏凶狠的动物,扬子鳄、东北虎,这些也都是顶级国宝,不过中国人不喜欢那么“霸道”罢了。

从市场的反馈来看,吉利的选择显然很符合中国人的品位,一个看起来很“萌”的汽车成为了市场上的热销车型,以至于在街头巷尾我们总是能够见到它的身影,或者是因为它太“拉风”了,总是能够被你注意到。想想如果当初换成了扬子鳄、东北虎,恐怕就没这么强的亲和力了。

继续延续以上的观点,我还要列举一个例子,不过这次我们把目光集中在汽车的局部。在汽车设计中,除了一位总设计师,其他设计师们分别负责该款车型的局部设计,于是很多设计灵感我们就要从局部去挖掘。

德国人喜欢雄鹰,于是鹰便成为了德国设计偏爱的

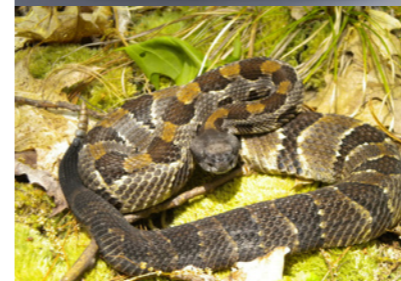
元素,即便它的品牌叫做“宝马”。对于宝马,除了它引以为傲的操控感觉,人们对它最钟爱的一点就是它对于大灯的设计感觉,它的眼神中总是流露着一种藐视和锐利的目光。这个取材于鹰眼的大灯设计,良好地传达出了宝马品牌的精髓:豪华、凶猛、凛然不可侵犯的王者之风。用设计师的话说就是:一个眼神,就能征服一切。

宝马新5系开创了汽车“鹰眼”设计的新潮流,时至今日,以“鹰眼”审视天下的汽车已经不在少数,但经典仍然还是经典,只有在面对宝马5系的鹰眼时,我们才能体会到什么是王者之尊的勾魂摄魄。

在所有汽车设计的局部展示中,我们最熟悉的应该是“鲨鱼鳃”。虽然这是一个看起来已经被豪华汽车,特别是跑车运用得有些泛滥的设计,但是其凌厉的视觉效果,以及对空气动力学原理的应用,都使其成为一个设计经典,其中劳恩斯酷派最接近原型。

还有一种灵感,它不关乎外形的设计,而是人类对于仿生学的研究,用以提高汽车的性能。就好像从蝙蝠身上研发出雷达一样,梅赛德斯·奔驰将设计灵感源于鱼类的仿生学轿车命名为“盒子鱼”。该概念车被认为是生物学和科技的混和体。

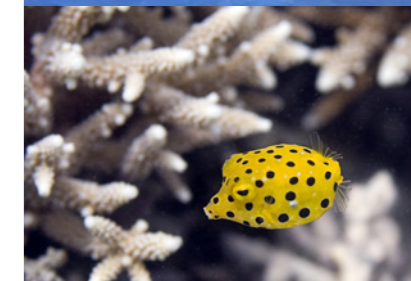
这款柴油动力四座概念车的燃油经济性比普通汽车高30%左右。同时该车可以满足严格的美国尾气排放法规。根据设计者的介绍,“盒子鱼”结合了一些自然界的最佳线条,鱼类体形虽然略显单薄但是强壮有力。他们的车型设计已经融入了这些特征。更有人士认为,自然界其实早已展示出设计的方向。



道奇蝮蛇



宝马鹰眼



奔驰的“盒子鱼”



法拉利 599 中国限量版



兰博基尼中国限量版 Murcié lago LP 670-4 SuperVeloce



万邦来朝

这是一种夸张的比喻,但不得不说,随着中国经济的飞跃,中国风已经成为世界潮流中十分重要的一股力量,无论文化还是艺术,概莫能外,当然,汽车设计作为艺术表现的一种形式,也很会跟风,特别是它还具有经济属性。

去年,有个人登上了《华尔街日报》的头版,原因是他花费 367 美元买了一辆电动自行车,每天在北京的大街小巷里闲逛,其实这样的人有很多,之所以成为新闻,因为这个人身份特殊,他是梅赛德斯-奔驰中国部门的首席设计师奥利佛·布雷(Oliver Boulay)。

十年前,为了寻找一款超豪华的梅赛德斯-奔驰(Mercedes-Benz)汽车的灵感,设计师布雷研究了日本的私人司机汽车文化。

“中国是思考未来汽车造型最完美的地方。”布雷说,“我刚刚从日本搬来,我的任务是敦促我的员工们从北京出发,去思考全球汽车的未来。”

布雷代表着汽车行业正在发生的深刻转变。随

着中国汽车市场不断扩展,全球汽车厂商越来越多地在中国进行设计方面的决策。其结果是,中国的消费趋势正反映在世界各地出售的车型中。

然而奔驰并不是唯一一个热衷于将中国文化溶解在汽车设计中的厂家,向来以“未来感”自居的奥迪也是如此,他们做得更绝。他们不但将“奥迪艺术与设计大奖”启动仪式设在北京的 798 艺术区举行,而且还派遣了很多设计师在中国人的家里住几周,让他们去感受中国不断变化的社会和不断变化的文化,然后让他们再回到奥迪总部,把来自中国的灵感融入到奥迪的设计当中去。

除此之外,通用汽车、大众汽车、丰田汽车,众多汽车厂商也都纷纷在中国投入大量资源,中国元素正在世界汽车业中闪现出来。

通用汽车已有三款面向全球的车型带有从中国获得的灵感特征:别克君越(Buick LaCrosse)和君威(Regal)以及雪佛兰科鲁兹(Chevy Cruze)。君越的前身是一款名为 Invicta 的概念车,由通用汽车在上海和密歇根州 Warren 的设计工作室开发。

君越的车内空间光线充足,色调温暖。方向盘与仪表盘上的木纹与皮质座椅的搭配几乎浑然天成,这是为了迎合习惯于单一配色的中国消费者。

通用汽车负责国际业务产品开发的副总裁帕多克(Lowell Paddock)说:“我们非常重视中国客户以及中国合作伙伴的意见。”

在中国,全球汽车厂商考虑的不光是未来 4 ~ 5 年的车型,还要考虑 10 ~ 15 年后的汽车将会是什么样子。戴姆勒东北亚地区董事长兼首席执行官华立新(Ulrich Walker)说:“中国是戴姆勒及其全球战略的重要支柱。”

除了这些全球销售的汽车,还有一些车型能够更加直观地展示出中国元素的应用,这就是那些豪华品牌们专门为中国用户打造的中国限量版车型,而这其中又以小众的跑车厂商为代表,比如法拉利、兰博基尼等。

2009 年,法拉利聘请中国当代艺术家卢昊对法拉利 599 进行一款独特的设计:这位中国设计师的灵感来自于哥窑瓷器,以此来设计汽车外形。汽车的内部结构也非常的与众不同:点火开关是由翡翠雕刻而成,并用中国传统字体小篆标明“启动”二字。其他的附属装置也非

常新颖,转速表的字体也是中国传统字体小篆,配套行李包装绣有中国历史上最重要的贸易渠道——丝绸之路,而且在每辆车上还雕刻有独特的样板。

卢昊设计的法拉利 599 中国限量版艺术典藏跑车成为去年汽车界一件很轰动的大事,人们开始解析中国元素和跑车的组合,一种淡雅与激情的碰撞,将会引燃怎样的火花,这是艺术与工业的又一次美妙尝试。

无独有偶,在 2010 年的北京车展上我们就见到了兰博基尼中国限量版 Murcié lago LP 670-4 SuperVeloce,兰博基尼汽车公司主席兼首席执行官史蒂文·温科尔曼先生(Stephan Winkelmann)亲自为它揭幕,并希望这款车能够为中国车迷带来不一样的驾驶感受。

中国限量版 LP 670-4 SuperVeloce 在外观设计上以青铜色作为基本色,寓意着中国古代雄伟的建筑以及坚不可摧的城墙石板,一条充满激情的金属橙色漆带贯穿车身,从这款超级跑车中心切过,从轮毂内散发出夺目光芒,如同火山中迸发出的炙热能量。一眼看去,这款中国限量版 LP 670-4 SuperVeloce 就是中国力量以及不屈不挠、永不妥协精神的最好诠释。



吉利熊猫



索尼的 VAIO P 超便携笔记本

生活是灵感之源

探寻设计师们的灵感之源,我们会发现生活正是这些灵感的聚集地,没有生活,就没有这些灵感的火花。

在采访法拉利 599 中国限量版的设计师卢昊的时候,他告诉我,“当时接到这样一个任务我也很为难,想不出一个完美的方式来呈现中国版法拉利。有一天我和朋友去饭馆吃饭,服务员端上来一个小碟子,哥窑瓷器的风格。我顿时眼前一亮,我知道这就是我的选择。”卢昊所说的正是一种灵感的迸发,用他的话说,就是一瞬间他全都明白了。这就是灵感,有时它仅仅源自一顿饭,一个碟子。

就像我们上文提到过的奥迪,他们便非常重视让设计师们从生活中汲取灵感,所以奥迪外形设计部设计师 Christian Winkermann 说:“我们将设计师派往世界最领先潮流、最具时尚气息的城市去学习、感受,让他们不断地接触时尚和设计的最前沿,这样他们才有源源不断的灵感出现。”

当然,灵感也并不一定要与时尚潮流紧密联系在一起,有时,一个小物件,一处风景,都有可能为设计师们打开灵感之门。比如马自达概念车 TAIKI (大气)的内饰设计灵感便来源于日本的传统新春挂件鲤鱼旗。

福特亚太及非洲区首席设计师刘家宝还是中级设计师

的时候,曾经参与过一款概念车的内饰设计,对于那段经历她也颇为自豪地说道:“现在回头看,这个设计是蛮成功的,虽然是十几年前的产品,不知道的,还以为是现在的设计。那个设计是很特别,有一些灵感来自于桥梁,里面是一个跑车,但是很实用,门是对开的,后面可以多坐一个人,很宽敞。最大的特点是桥梁,上面一条在顶上,那个门延伸往后面,开门可以像翅膀一样的,很轻的感觉,用的都是有技术性的,平衡都是很讲究的,它的设计是很简单,可是它的力量很强,因为是用简单的一两条很大的线条表现出来的,现在看起来,还没有过时,还有很多功能性的改善。”

除了这些以日常生活的所见所感作为设计灵感的作品,还有一些汽车设计则专注于专业本身,但同样与生活有紧密的连接。比如沃尔沃 S60,它的设计灵感就是来自于 S 形赛道。

还有一些人则是以对前辈的敬仰作为自己设计的灵感,著名汽车设计师奥山清行(Ken Okuyama)在谈到他所设计的概念车 Birdcage 75th 的时候说道:“说起灵感还得回到 1970 年,我还是个孩子的时候,在大阪世界博览会上,我看到了 Pininfarina 的展示车 MODULO,给我非常大的冲击力和震惊,从此我立志成为一名汽车设计师。我还记得那是一款梦想之车,我应该把它带回到今天的汽



mini Cooper



马萨拉蒂 Pininfarina Birdcage 75th 15



奥迪 Q5



马自达概念车 TAIKI (大气)

车业,我们要使年轻人着迷于此车并邀请新一代的创意人加入我们汽车设计行业。”

还有一些车型,它的设计被分解成很多部分,而这些部分又都源自不同的设计灵感,于是便出现了一种多元化的风格,比如奥迪 Q5,它其中融入了很多时尚元素,设计师们从时尚手表、激光眼镜以及山地自行车上研究时尚元素,此外还参考了富有攻击性的美洲狮,一些极限运动如海上冲浪等。看起来这倒像是一个全能的多面手。

说到这儿,不得不提到冲浪以及游艇等海上运动对汽车设计的贡献,不但很多车型借鉴了游艇乘风破浪时的曲线设计,还有很多设计师将冲浪运动中对海水波浪的把握运用到风洞实验中,降低汽车的风阻系数。

可共享的空间

其实设计灵感是一种非常自由的,不受约束的奇思妙想,所以这些设计天才们的思维空间便是一个开放式的共享空间。因此汽车成为其他奢侈品的灵感源泉也就不足为奇了。

索尼的 VAIO P 超便携笔记本的设计者诹摩智朗(Takuma Tomoaki)便是从 mini Cooper 中汲取了灵感,设计出了这款便携的笔记本产品。诹摩智朗喜欢旅

行,在伦敦待过 3 年,米兰也待过一年,在几年前才回东京。待在欧洲的时候他经常开着 mini Cooper 小车出游,mini Cooper 给人的印象就是体型虽小,但外型很引人注目且设计相当精致且有质感,因此诹摩智朗便以此为灵感设计出一个像 mini Cooper 的笔记本产品。

除此之外,箱包、服装、首饰、眼镜,各种时尚产品都影射着汽车工业的影子。汽车已经成为我们生活的一部分,它也就顺理成章地成为了其他盗梦者们乐于光顾的空间,毕竟汽车当中既有浓烈的工业质感,又不乏新鲜的时尚元素。特别是像腕表这样本身就与汽车工业很契合的领域,更是喜欢将汽车元素运用到腕表的设计中,甚至以此为主题的纪念版、限量版腕表也不计其数。

灵感对于设计师而言,就像是一件令人兴奋,但不得不苦苦追寻的宝贝,寻找到它需要足够的运气,但无论是盗梦者,还是拥有梦境的人,得到一种思想并不困难,而将这种思想转化成作品,这才是优秀设计师不同于凡人的能力。奥山清行说:“灵感对于业余和职业设计师而言是差不多的。对于专业设计师,他们可将灵感转化为很大不同的东西,而业余爱好者只是沉醉于其灿烂的灵感之中。之后专业设计师仍将继续寻找成千上万的点子从中选择最合适的,这就是他们的不同之处。”



七天相爱伦敦

编辑 / Gail 撰文 / 文雨 图片 / 英国旅游局

When a man is tired of London, he is tired of life; for there is in London all that life can afford.

Dr. Samuel Johnson (1709 – 1784)

英国文学家塞缪尔·约翰逊的这句名言“如果你厌倦了伦敦，你就厌倦了生活”已经成为伦敦的城市名片，它赫然印在伦敦的地铁图上，也深深地印在每一个伦敦人的心里。

很幸运可以留在伦敦，这座俘虏芳心的城市。走进来，便相爱，于是，就不想离开。

笔者告白：
文雨，资深撰稿人，旅居伦敦 6 年。

“我是一个热爱尝鲜和探索的人，我喜欢生活中有不断上演的精彩节目。没有来伦敦以前，每年的背包出游是我满足自己好奇心和探求心的主要方式。现在在伦敦生活，我依然出行，但主要是访友或是度假，我想要认知世界的野心，在伦敦这座多元文化的都市里，居然找到了一种释放。假如有一个短暂的 7 天假期，我可以带你好好体会一下伦敦。”

Day 1

明信片之旅

大本钟、议会大厦、白金汉宫、圣保罗大教堂、特拉法特广场

“爱上一座城，有时候会比爱上一个人还要疯狂。”

伦敦是一位衣着考究的绅士，庄重而有格调。大本钟和议会大厦的哥特式建筑，是伦敦的标志，风格那么鲜明，无论是近观还是远眺，都让人眼前一亮。但是，伦敦让人眼前一亮，心里一震的地方实在很多。

去海德公园 (Hyde Park) 散步，喂鸽子；到泰德美术馆 (Tate Modern) 的 4 楼咖啡厅远眺圣保罗大教堂 (St. Paul's Cathedral)；在柯芬园 (Covent Garden) 去看街头艺人的表演；到波朵贝尔市集 (Portobello Market) 淘宝贝……每一次游玩，都有惊喜。呆久了，你仍然会保持着恋爱般的热忱，喜欢不同时段在河边散步，看两岸的标志建筑物在光线下的变化：喜欢骑车到城市的小街小巷，发掘未曾去过的老酒馆；喜欢去大英图书馆装bility 看书学习；喜欢周日去东边哥伦比亚路 (Columbia Road) 的鲜花市场买鲜花和绿植；喜欢去贝特西公园 (Battersea Park) 跑步，喜欢去唐人街和朋友一起来试吃各家中餐馆。纵然永远不复地重叠，也乐此不疲。

在伦敦生活，会常常让人感觉自己是行在一个美丽的电影场景里，周边出现的一事一物，一草一木在眼中都是银幕中的艺术品，内心为之欢腾。



大本钟、议会大厦、白金汉宫、圣保罗大教堂、特拉法特广场，这些被当做明信片的伦敦景点，是每个初来乍到的人一定要去膜拜的地方，似乎只有亲自拿相机触到这些地方，你才感觉自己确实已经是置身于伦敦。

如果住的地方离泰晤士河核心旅游区很近，吃过简单的英式早餐，便步行来到南岸中心，开始伦敦城市风光游。所有伦敦标志性的旅游元素都基本汇集在这里。大本钟、议会大厦、伦敦眼、滑铁卢车站、红色电话亭、泰晤士河畔。随后，步行到西敏寺教堂，从西敏寺大街一直往东，经过唐宁街 10 号，隔着戒备森严的大门，给首相打个招呼，告知一下我们的到访，便一路走到了特拉法特广场。宽阔的广场上有各色过往的人流，慵懒的鸽子，表演的艺人，在广场的石阶上休息，整整上午的照片和心情，准备下午的行程。

看完地标建筑，城市概貌也可以坐观光巴士一网打尽，一路汇集了所有城市的景点，让你在 3 个小时之内浮光掠影看完伦敦，不光配有中文解说，而且每一个景点都可以下车做短暂的停留，然后赶下一班继续观光。第一天的脚力考验非常苛刻，没时差，也没太多空闲，观光留下轮廓最为重要，所以在 Tesco 买了简单的午餐，便让巴士带着看满眼的伦敦风景，一直到进入幻境。

Tips :

1. big bus tour 可以提前在网上订票，25% 的折扣，大概 20 镑一位。可以 24 小时无限制地使用，其中还包括一段泰晤士河的游船和一个免费的步行团。所有伦敦的地标景点基本都在其中。<http://eng.bigbustours.com/london>
2. 如果你已经做好了充分的功课，对于景点的介绍非常熟悉，也可以搭乘普通的公共巴士，价格在 1.45 镑 / 次，在白天人少的时候，上层的前排就是最好的观景点。公交车 8 路，22 路，19 路都会路过这些景点。或者你买一张伦敦一日乘车卡，在 1.2 区范围内无限次使用，价格在 8 镑左右。



Day3

逛市场 接地气

波朵贝尔市集 (Portobello Market) & 柯芬园 (Covent Garden)

在伦敦生活的节拍,就是风风火火从一个精彩赶到下一个精彩。那些当地人和游客都顶礼膜拜的市集,你不可能不去。

周六的上午,伦敦最热闹的地方当属波朵贝尔市集 (Portobello Market),淘宝专家一定要去凑凑热闹,在这里溜达,一不留神,你的时间和钱包都溜走了。一直到下午三点钟,才能结束对这一条长街的扫荡,由于声名远扬,这里物件的价格也在这几年上涨了不少,好几件喜欢的小饰品最终都被它们不菲的价格吓到了,但是,过过瘾和手瘾也总是让人愉悦的。

下午去柯芬园 (Covent Garden),这里也是伦敦最有地气的地方,街头艺人的表演,好吃的西餐馆,本地的小市场,集中的专卖店,礼品采购前奏就在这里唱响了。

Tips:

波朵贝尔市集 (Portobello Market) 不光只是周六有,街两边的小店平时也都在,周六只是在马路中间多出来了一个菜市场部分,个人建议平时去反倒清净一些,更有淘宝的兴致。

Day2

经典碰撞现代

保罗大教堂 & 泰德美术馆

圣保罗大教堂是伦敦的必游景点。这座恢弘的建筑 700 多年来见证着伦敦每一个历史时刻,他像是一个充满故事的老爷爷,一定要去感受他要对你传达的信息。从信仰根基到历史名人,在里面泡上两三个小时,就可以更好地了解这个国家。教堂的顶端平台,也是城市高点,是鸟瞰伦敦的观景台,个人认为在这里要比专门花钱排队坐伦敦眼更为实惠。

从教堂出来,穿过千禧桥,10 分钟步行就到了河对面的泰德美术馆,这是一座现代艺术的舞台,从厚重的圣保罗来到自由奔放的泰德,是一个很大的反差,也是一剂调和,让你充分感受到伦敦的城市个性,传统与创新的共存。



Tips:

圣保罗大教堂每周日仍然向公众开放做礼拜,周日的上午和下午各有一场,这是可以免费进出教堂主层的,但是在平时买门票进入加上导览器的解说,能让你更好地享受和体会这座经典的建筑。门票是 16.5 镑 / 成人含导览器,在网上提前订票可以节省 1.5 镑。
<http://www.stpauls.co.uk/>





Day4 City Break

剑桥大学城

“很多在伦敦生活的单身人，结婚以后，就会搬到乡下去养孩子，因为在伦敦，很难抵抗住各种活动的诱惑，让人常常有抛家舍业要去狂欢的想法。”

伦敦每季都有自己的精彩节目，有传统经典的，如新年的焰火表演，8月的诺丁山狂欢节，夏天的BBC音乐逍遥乐，春夏的时装周、设计展，一轮接一轮上演。他们的经典在于，如果你去过一次，美妙的经历会让你明年再来重复，于是，他们便慢慢地成为你日历上的固定节目。

如果你再有些个人的小爱好，那么每个季度的美食节、家居展、文化节、音乐节，更是应接不暇。加上朋友的家庭聚会，自己的学习计划，还有度假和探亲的时间，这些各种精彩的背后，都是一些艰难的选择和舍弃。在伦敦生活，让你拮据的，不光是口袋里的钱，还有手里的时间。所以时间管理是关键，不会精打细算真是不可以。刚来英国，很奇怪为什么这里的人组织一场活动都需要提前一个半月来约定时间，有的还要三四个月。

说到乡下，聊起小镇，很多人都说，英国最美的小镇就是剑桥，她像是一位美貌与智慧于一身的浪漫少女，让每一位到访者沉醉不知归路。

从伦敦的国王车站乘火车，40分钟就可以到达。泛舟康河，漫步校园，徜徉在绿树丛林中，在幽静中品味徐志摩先生的诗句，让人觉得有种穿越梦境的幻像，内心也不由地安静而柔软起来。

最为难忘的是下午的步行团，导游是一位60岁左右的老太太，她一路带着我们参观剑桥的经典学校，她的讲解，像BBC纪录片一样生动和丰富，纯正的剑桥口音，引人入胜。剑桥音可不是一天两天可以练就的，录下来回家当发音教材吧。

Tips:

剑桥镇有很多自行招揽客户的船夫和导游，质量最高的还是当地的旅游中心(Tourism Information)，这里的船夫和导游都是经过了严格的训练和考核，讲给你的信息是非常精准和正规的，而且全程保险，虽然价格比外面的野导略贵几镑钱，但是觉得物有所值。

Day5

知识充电

大英博物馆、国家画廊，以及和当地人的 party

从剑桥回来，也许是从那里拾来一些学生们的求知欲，去拜访大英博物馆更显得迫不及待，原本以为2-3个小时就可以搞定，但是从早上10点半进去，再出来已经快下午四点了，出来时还不时啧啧赞叹，还要计划再回去补上那些漏掉的角落。

博物馆的文化沉甸甸的，别说一天，就是一年也不可能消化。这是一个可以反复来的好地方，怪不得总有人腻在伦敦不想走。在这样的文化之旅之后，慢慢感悟伦敦人的生活，会得到更多关于文化的理解。

同住的法国室友描述他在伦敦的生活是:travelling without moving(静态旅行)，这恰恰也是我的感受。我们每天在结识来自世界各国的人，或偶遇，或共事，或相恋，或结伴。大家很和谐地用带有口音的英文交流，彼此了解和理解他人的文化，也来分享自己的传统。

旅居的室友来来去去，形形色色，有来自法国的帅哥工程师、爱尔兰的美女精算师、新西兰的小伙、意大利的夫妇……大家毫无交集的生活，因为合住，就要像亲人一样相处在一个屋檐下，然后真的磨合出亲人一样的情感。听他们讲自己的国家，品他们的家乡菜，我也教他们品中国茶，包饺子给大家吃。

通过结识身边不同国家的朋友，伦敦让我在这种多元文化的氛围中，不断地吸收和满足。不断享受这种大都市的静态旅行，也给了我灵感和鼓励，我们每一个外来移民的个体，除了融入和吸收伦敦的多元文化世界，还可以为这个多彩的文化世界增添风景，贡献能量。

我的“闻好茶屋”其实就是一个小小的文化交流平台。茶屋定期举行一些“午茶时间”的派对，把茶友们聚集起来，在伦敦开始我们的中国之旅，让在伦敦的“世界友人”们品到了正宗的西湖龙井、安溪铁观音、武夷山大红袍等中国名茶，也给他们讲这

Tips:

这两个大博物馆都是免费开放，但是要想更有效果地去欣赏这里的宝藏，建议花几镑钱租一副导览器。

些茶的故事和冲泡方法,大家很喜欢这样的品鲜和学习的过程,有的人因为参加完我们的活动,开始计划到中国旅行,或是想学汉语。每次看到这样的故事,我都好开心和自豪,因为我也为伦敦贡献了一道风景。在我搭建茶屋的同时,我还认识了一些不同国家的茶友,他们教我怎么冲摩洛哥的红茶,怎么品印度的大吉岭茶,来自阿根廷的马黛茶,南非的国宝路易博士茶……也让我打开眼界,看到了一个五颜六色的茶世界。

和那些在伦敦生活了很多年的“移民”们聊天,问他们为什么会放下自己国家的美食、美酒、灿烂的阳光、美丽的沙滩,而选择留在伦敦,这个一年四季阴晴不定,阳光吝啬的城市,很多人的答案都是因为伦敦的精彩,和在这里生活的自在。

伦敦的精彩,是因为这个城市的包容,也许大家都在忙着打点自己的生活,没有人来对你品头论足,你只要负责自己的精彩,一切存在都是合理并被接纳的。你的奇思妙想或是标新立异会在这里得到发挥的空间。认真负责地做自己想做的事情,踏踏实实挣钱,潇潇洒洒花钱,也许有时疲惫,有时思乡,有时焦虑,但是你还是会尽力地留在这里,自在地去自己最爱的酒吧,赴自己下一场约会。



Day 6

血拼与释放

Harrods, Selfridges, Liberty

碰上下雨,正巧适合去大采购,来伦敦,不赶上阴雨连绵就不完整,来伦敦,不去疯狂购物也不过瘾。

Harrods 的奢华, Liberty 的精致, Selfridges 的经典,这些伦敦的百年老字号,随便逛逛就是一种享受,但是里面丰富的货品,又怎么能让我们熟视无睹呢?淘货很过瘾,虽然荷包惨烈牺牲,但这里的采购,退完税以后,实在是要比国内便宜很多。

Tips:

Harrods 里的食品厅,有很多英国特产类的小礼品,英式红茶、巧克力、小饼干,包装精美,价格合适,是买手信的好地方,逛累了在食品厅吃那里现煎的牛排,品质一流。



Day 7

再别伦敦

泰晤士河及格林尼治

再好好看看伦敦。坐船,一路向东,在泰晤士河上面再看看这座城市。查宁街附近的码头坐游船,一路往格林尼治,大概 30 分钟,在两岸城市风景不断交替变化中。伦敦目前新兴的富人区格林尼治,是世界时间的起点,是子午线穿过的地方,也是目前伦敦绿化最好的一个区。参观了国家天文台,在天文台的小山上,再次远眺伦敦整个城市,总有点为旅行做小结的情怀。在格林尼治小镇的一家酒吧里,还吃到了最好吃的英国国菜:炸鱼和薯条。在回来的船上,再巡礼一遍圣保罗大教堂、塔桥、伦敦城堡、泰德美术馆,

7 天的时间,虽然只能感受伦敦生活的冰山一角,但是这样的行程,让资深的行者也会很满足,用“盛宴”来形容吧,这如同热恋的前戏,期待和伦敦再次相爱。

塞缪尔的这句名言,“如果你厌倦了伦敦,你就厌倦了生活”,常常会让我很沾沾自喜地认为我生活在一个最完美的地方。但是我知道,有很多人不喜欢伦敦,讨厌它的无序,讨厌它的天气,讨厌伦敦人的开放,讨厌这里的高消费,讨厌这里的车水马龙。但是我就是不可救药地喜欢赖在伦敦生活,尽管这并不是一座完美的城市。我依然热爱它的浪漫和精彩,享受它的丰富和包容,也想让越来越多的伦敦人品到中国的好茶和茶文化。我也特别期待我的家人和朋友都能够有机会来伦敦小住一段时间,和我一起来体会这座城市的魅力,和我一起来鉴别塞缪尔的定论。



刷新墙面，跟你想的不一样。

刷新老房子，到底是怎么一回事？

每个人在刷新之前，都有各自猜测、担心和误区。那现在，让我们看看亲历过重涂的朋友，说说他们重涂前后的经过。

Wonderful

“原来刷新不是
简单刷个墙而已”

“原来刷新墙面 生活可以照旧”

3年前我和老公走入了婚姻的殿堂，也买了一套二手房作为我们的爱的小巢，当时由于经济压力我们简单的处理下就入住了，就这样一晃已经3年过去了，墙面也开始出现各种问题，一直想给墙面来次彻底翻新同时也给自己换个生活的心情，但朋友们都说刷新房子，房间里油漆、粉尘都很厉害，根本不能待，我和老公白天要请假在家盯着工人，晚上还得搬去酒店住，这样真成了有家不能回了。

拖了将近一年，才知道立邦有刷新服务，而且可以该吃吃该睡睡，不影响生活，我们就果断打电话了。结果也没有让我们失望，他们用的打磨机，在意大利是打磨法拉利用的，可以把房间的粉尘降到最低。最让我吃惊的是整个刷新过程竟然没有用一滴胶水，所以不用担心环保的问题，在刷新过程中我们照旧烧饭、吃饭、睡觉，跟平时生活没什么两样。他们工人的素质很高也很专业，我们白天就上班，也不用盯着，晚上就回来住，3个工作日就刷好了，连打扫都由立邦的员工做了，真的让我们很惊喜。



王小姐
28岁
2室1厅

Before。



张先生
42岁
3室2厅复式



Before。

刷新老房子，我有发言权，因为我已经第二次刷新了，两次刷新才隔了一年。老房子发霉、起皮了，就找了几个油工，把家里粉刷一新。没想到刚过半年又起皮了，之前发霉的地方，又出现霉点了，还找不到人负责。

之后看到了立邦刷新服务的广告，就打了个电话，他们派人来免费检测，我才知道，原来发霉、起皮的问题都是来自墙的里面，只刷表面，根本解决不了问题。立邦很专业，把我出现问题的墙体都铲掉，然后再用腻子找平，最后进行刷新。他们还有一年的质保，让我放心了不少。我原来以为刷新是个体力活，没想到更是个技术活，还是要找专业的才行。

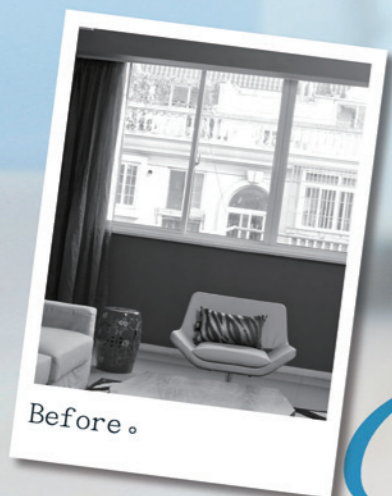


李先生
30岁
2室2厅

“我以为刷新是 一次全家总动员”

我的房子已经住了8年，前两年就想把墙面刷新，但是一直没落实，因为我觉得刷新是一次全家总动员。要把整个家的家具搬到一起，还要把大大小小的角落都用报纸铺的严严实实的，光靠我怎么行？没办法，只好拉上老爸老妈岳父母全家一起上阵，但是现在大家工作都这么忙，真不好意思麻烦他们。

看到立邦刷新服务的广告，“不用你动手”这个说法让我挺心动的，抱着试试看的心里就给立邦打了电话。立邦的员工也是说到做到，搬家具很小心，而且都是用专业的遮蔽膜，不只地板，连家具、开关，甚至是插座，都包的严严实实，我就是想插手都没有机会。从搬家具、遮蔽、刷新，到清洁归位，全程我都没有动手，立邦很有信用。



Relax

立邦刷新服务流程



PK

省心，不用你动手 我们小心帮您搬移家具，使用立邦专业遮蔽膜保护家具，无需您动手。跑车级专业打磨机，粉尘不在 使用进口电动吸尘打磨机，让施工现场粉尘不在，更缩短施工时间，快速住新家。无胶水墙面体系，环保更彻底 从墙体底层处理到面漆涂刷，都使用立邦环保的产品，环保更耐久。一年质保服务，让您放心无忧 施工结束后立邦刷新服务为您提供一张质保卡，免费一年修补服务，让您放心无忧。



Family

立邦刷新服务流程



用手机扫描二维码，了解更多信息

立邦刷新服务 不用你动手
400 821 5757

立邦刷新服务





点睛设计单品 空间的魔术师

编辑 / 王佳庆 撰文 / 心宝 品牌支持 / Kartell、MISSONI HOME、Moooi

设计师最常说的一句话:设计就在身边。能在你身边随时被想起用起的,才是生活中的设计,在使用中不知不觉中感受到它的人性化、新奇性才是完美。好的设计,不需要奇形怪状,也不需要雕金砌银,要的只是默默存在于生活之中,既装点了视觉又提供给我们便利舒适的生活。

花纹诱惑

说起花纹,大概都会先想到小碎花的清新田园风,其实除此之外,彩色条纹那多姿多彩的别样演绎,同样令人心动。它像擅长旅行的吟唱诗人,游遍了时尚界的各个角落,用它的百搭特性与不同的元素风格融合激发出新的灵感。花朵开得热烈绚烂,开得耀眼迷人,这也是花朵独有的魅力,从初夏的蔷薇,到夏末的茶靡,再到傲人的多瓣菊花,它们的存在就相当于一种标志。从花朵进化为彩色条纹,当外观略有不同的时候,心灵总是相通……



点睛单品: 麻将沙发

由 Missoni 本人亲自操刀设计,耀目的纯色模块拼接 Missoni 最新的花色图案模块,长度 30 厘米的片状模块结构,让人可以随心所欲地自由组合各种长度、搭配多种面料,制造出不同的空间效果。

设计师介绍

奥塔维奥·米索尼(Ottavio Missoni)
奥塔维亚·米索尼被昵称为泰(Tai),这位具有诗人气质的 Missoni “长老”对色彩的掌控如同玩转烂熟的魔方。即使在儿孙绕膝荣升祖父级的时候,泰依然会陶醉在工作室里摆弄色卡、彩笔,组合出不同系列的梦幻色调,有时也会借助机器来配色,但大多数的设计来自个人的灵感和数学逻辑。

品牌介绍: Missoni Home

在意大利众多时装品牌中, Missoni 已然被公认为针织品的掌门人。“衣橱里有一件 Missoni 的服装,无论何时何地都可高枕无忧。”据说,这是一个把针织视为艺术作品的家族的箴言。

任何一个看过 Missoni 作品的人都会被其服装既复杂又和谐的色彩与图案所折服,许多看起来冲撞的颜色被放在了一起,这似乎是矛盾的,但在 Missoni 手中却是合理的。Missoni 式的色彩和几何抽象纹样如同万花筒,没有重复只有风格:条形花纹、锯齿纹样、利用平针和人字纹组织配合而成微微波折的细条纹、肌理凹凸提花马赛克图案……无论是嬉皮当道的 70 年代还是崇尚极简的 90 年代甚至是被喧嚣着进入后现代的日子里,色彩+条纹+针织一直是 Missoni 设计的特色,也是在众多品牌中直接辨认的最好方法。这倒是让人想起了香奈尔的那句名言:时尚变迁,风格永恒。事实上,除了羊毛针织,亚麻、丝、棉、毛呢、灯芯绒、黏胶纤维等越来越多的新型面料都会被 Missoni 品牌的设计师完美地组合起来,甚至延伸到沙发、挂毯、地毯……



missoni 彩色沙发

搭配法则

1. 条纹是种个性鲜明的存在,想要让它能牢牢锁住别人的眼球,你只需要一件彩色条纹家具足矣。效果立竿见影,立刻就能让你的家摆脱一贯的中规中矩,变得轻快甜美时尚无限。
2. 整体色彩不能多,条纹易搭配饱和度高的鲜亮纯色,成就新一季优雅造型。根据彩色条纹的总体色调而搭配纯白、正红、明黄、甜粉、苹果绿、亮紫甚至暗黑,在任何时节里,都能为你的家加分。



简约味道

看过太多的各色空间,反而认为简约自然却又不失情调,这才是最为贴近人心的温暖氛围。简约的北欧风格设计、精致的装饰陈列、充满自然感的材质使用,甚至处处都可以拍出家居杂志图片的效果。不是只有贵重材质才能创造经典,我们看中材质,更要看中感受。看似廉价的塑料、似乎不用看第二眼的简单造型,经过全新的创作,协调、圆润、仿若重生……

点睛单品: COMBACK梳背椅

温莎椅被冠以乡村风格,但并非一成不变,在不同时期不同阶段又融入新的设计元素。Kartell 的这款产品再一次享受重现经典的设计快乐。回归 18 世纪英格兰的辉煌时期“梳背”椅的特点,整个框架用亚光材质,靠背的 7 个分支结构朝着椅腰部位向下延伸,在一个加固六角形圆圈处与纤细的轴汇合,与椅座合为一体。聚碳酸酯材质的使用赋予 COMBACK 一种轻盈的质感和当代风格。浸透在 COMBACK 梳背椅里的那一分淡定从容,能让人气定神闲,默默却又不留情面地将浮华虚荣隔在门外。

设计师简介

Patricia Urquiola

知名西班牙设计师,现今为意大利景观设计师的佼佼者。今天的 Urquiola 已在米兰成立自己的工作室,她的家具品质可说是无懈可击,细致且脱俗、简单且醒目、看起来虽未经修饰,但却很有创意。对 Urquiola 而言,家具设计的实用考量,也是她设计灵感的方向之一。



kartell-SmallGhostBuster copia

品牌介绍:Kartell

意大利设计界最著名、最具创意的公司之一,她凭借超凡的技术功底,将塑料材质演绎得出神入化,和众多国际权威设计大师合作,屡获国际大奖,作品被蓬皮杜等博物馆永久收藏,是世界家居设计潮流中当之无愧的引领者。Kartell 的作品非常与众不同,她们功能多样、方便耐用、色彩明艳、神态精灵、通体透明、造型奇异,拥有独一无二的魅力,在任何场所出现都是空间中最耀眼的明星。Kartell 吸引了国际上最权威的设计大师与之合作,教父级的 Philippe Starck、Ron Arad、Antonio Citterio 都是 Kartell 的设计主力。而近年来如日中天的设计红人,如 Patricia Urquiola、Marcel Wanders、Bouroullec 兄弟以及 Tokujin Yoshioka (吉冈德仁) 等人都为 Kartell 贡献了绝佳的设计作品,令每一件新产品都惊艳四座。



Ricardo Garza Marcos- 男孩女孩 LED 灯



Moooi- 骏马落地灯



Minotti 灰色沙发

搭配法则

1. 以白色为主色调的空间最为简约便捷,你想在上面“画出”何种颜色都轻而易举。用白色当做崇尚自然的基础色调,只会出彩不会出错。
2. 灰白主色调中永远穿插着浅淡的阳光色彩。浅淡的粉色、蓝色、绿色、黄色可以像阳光一样穿插在空间中,虽然只有细碎的点缀,却依然给空间带来活力。黑白灰也可以带给你温暖与温馨,偶尔出现的明亮色彩或者绿植花卉,则是更加充满生命力的点睛之笔。

童趣天真

每人心中都有不可磨灭的童心,即使你不想承认,它也依然会在那里。只是,在成人的世界里,不能太过幼稚。用成人的眼光来消化童趣之物,将它们悄无声息地融入生活之中,不经意间依然可以体会心中那份小幼稚小天真,这才是真的在过生活,你说呢?



Broste Copenhagen-藤制吊椅



点睛单品: POOH木桌系列

日本 Nendo 工作室为日本迪士尼设计了一组 POOH 木桌系列。这组可爱作品的原型是维尼熊和他的朋友们。为了体现故事情节是发生在几百亩的树林里, POOH 系列广泛采用原木枫树,设计师对动画形象抽象的提炼后,通过在尺寸和轮廓的特别处理来重塑故事里的人物形象。然后给桌凳的不同部位穿上彩色针织外套,听起来是不是有点不靠谱?但其实靠谱得很,用不同色彩的针织外套来体现故事里人物的衣服、头发和尾巴的颜色,让我们来看一看,是否觉得它们就像穿着衣服的小动物呢?



Casamania-鸟笼吊灯



Droog-摇摆植物秋千



cappellini - Mickey Ribbon 坐凳

搭配法则

1. 童真有趣但不可过多,根据空间风格点缀一二是最保险的手法。尽量不要选择大型家具,小巧但有趣的玩意儿才够腔调。
2. 涂鸦与色彩可以成为空间里最大的点缀,每个空间选择一个角落,不论是创作型手稿还是带有异域风情的涂鸦装饰品,都会给人眼前一亮的感觉。
3. 简单地将自己的旅行回忆摆放出来,也是内心童趣的最好怀念。有故事的时候,任何的违和感都会因为真实的情感体现而消失不见。

设计师简介

NENDO

“NENDO”是由日本设计师佐藤大于2002年设立的日本设计工作室,设计领域广泛,目前于东京及意大利米兰皆设有工作室。成立至今除获无数设计奖项外,亦被选为《newsweek》杂志“世界最受尊敬之100位日本人”和“全球最受瞩目企业100家”等,活跃于世界舞台。



Bitossi Ceramiche-动物摆件



陪孩子做公益 收获不一样的亲子关系

编辑 / 王佳庆 撰文、图片提供 / 颜霜霜

孩子们有无数的办法虚度休闲时光,也有不少机会参加一些有意思的亲子活动,但是,想要一个有意思又有意义的亲子时光,可不那么容易。一种新兴的亲子活动越来越受到家庭的认可——亲子公益。不仅让孩子接触社会、增强环保意识、培育孩子的爱心,很多互动环节有爱还有趣,最重要的是公益活动还能让你和孩子收获不一样的感动。这种走心的亲子互动,绝对是走进孩子内心的一次感人旅程。

亲子公益,更有意义的“休闲”方式

首先咱们来猜一猜:“钱花在哪里最幸福?”美国哈佛大学商学院曾就此做过一项研究:要求受访者评估自己的幸福感,并详细汇报自己的年薪和每月开支——包括自己的账单、给自己买礼物、给别人买礼物以及向慈善机构捐赠。研究发现,不管个人收入有多少,为别人花钱多的人会更感到幸福。而另外也有多项研究发现,长期做公益的人对生活满意度更高、身体也更健康。看来“真正的幸福来自给予”这句话是有一定道理的。虽然没有调查带孩子参加公益活动能带给孩子什么,但是以下的几个故事应该能给出一些答案。

故事一:“妈妈,你做公益,还乱扔纸呢?”

怡然一直很注重培养孩子的公益心。早在孩子好好四岁半的时候,雅安地震,怡然联合自己的大学同学资助了当地的一所小学,会不定期寄去书包、签字笔、保温杯等。而每一次捐助,怡然都会给孩子留一个,并告诉孩子每一件东西背后的故事和爱心。学校那边也会拍一些照片作为反馈,怡然也会找机会给孩子讲一讲。“当孩子还小的时候,不能亲自参与每一个公益,就可以通过实物、照片连成故事,传递给孩子。”怡然说。

而在孩子稍微大一些的时候,怡然带着好好参加了搜狐焦点网组织的儿童拍卖活动。她们一起准备了玩具、旧衣服、一起制作的手工艺品,还有好好画的画等。好好当时还小,别说东西的价格了,连钱都不认识。怡然乘机教会了她认清楚一元钱、五元钱的样子。好好在自己的小摊前卖东西,一个很新的帽子,她一元钱就卖出去了。怡然就告诉她说:“这个东西当时妈妈买的时候一百多元,现在要是卖贵一点也会有人买的,就能为小朋友捐更多的钱了。”之后一个很小的木头玩具,好好要卖 100 元,路人知道这是为那些先天性心脏病的小朋友筹钱,最后 50 元买下了。

很多在场的孩子本来都很羞涩,家长们会说:“你要勇敢介绍自己的东西,才能帮到小朋友。”这些孩子也都变得勇敢起来了,还会互相聊聊“行情”,交换些小东西。

前不久,才六岁的好好从幼儿园回来,告诉怡然:“我好朋友体检时发现了先天性心脏病,我们能不能给她做公益啊?”怡然很是感动:“我们做公益帮助的都是陌生人,自己的家人、朋友更要帮助了。”好好这么小,却能发现和帮助身边需要帮助的人,说明她真的用心了,公益已经融入了她的生活。”怡然于是和老师取得了联系,了解到对方家庭情况很好,并不需要捐款。由于怡然之前一直在免费为一个弃婴等提供特殊护理的公益组织“小花”做志愿者,而“小花”对先天性心脏病的治疗很有经验,怡然跟那边取得联系,提供治疗建议。并让两个孩子之间互相送画,互相鼓励。

公益的教育效果还远不止这些。一次怡然没注意,将废纸扔在了路边。好好马上说:“妈妈,你还做公益呢,怎么能乱扔东西呢?”怡然没想到,公益不只让孩子有了一种责任感,还提高了自己在孩子心目中的形象。



故事二：“没想到我的孩子内心这么柔软。”

凌子已经是第二次带着孩子小米来参加“小爱也温暖”公益基金组织的“玩具再动员”活动了。小米今年十岁，正是走向独立、逐渐变叛逆的过程。妈妈凌子由于长期忙碌，跟小米的关系也越来越生疏。最大的问题是小米对自己拥有的东西特别在意，“我的”“给我”“我要”是她的常用语，自己的东西别说给人了，碰都不能碰。

前不久“小爱也温暖”公益基金组织了一场“玩具再动员”活动，央视少儿节目主持人毛毛虫到现场号召小朋友们捐玩具。活动现场还播放了“小爱也温暖”公益基金工作人员走进大凉山的纪录片，展示了两个十岁左右的小姑娘的生活现状，她们都是贫困留守儿童，没有亲人照顾，每天靠吃咸菜度日，住在没有电的小黑屋里好几年。本来只是准备捐玩具的小米突然对凌子说：“妈妈，我想把自己存的压岁钱给她们！”凌子很是触动：“以前我总是只看到孩子以自我为中心的一面，甚至有时候有点霸道，没想到她其实是愿意分享的，内心竟然这么柔软。”

重要的是，之后小米真的有变化。会将自己的旧衣服整理出来，给邻居家的孩子。还主动将自己的童话书送给其他同学。之后，小米还参加了“小爱也温暖”公益基金的“小爱月月捐”项目，每个月捐出自己的10元零花钱，一年凑够120元之后，就能给贫困地区的孩子捐赠一个有校服、文具和玩具的温暖包。关于捐款的事情，小米比做什么都积极，一到月底就请妈妈用电脑帮她从她卡里捐出10元钱。在小米有时候闹着要买多余的东西，凌子会跟她说：“你不是在参加小爱月月捐么，对山里孩子来说，10元钱可以过一个月了。”小米还真的会思考一下，然后不闹了。

凌子还了解到，今年北京高考文科状元孙一先就是一名月月捐者，她会和妈妈一起收集废品来凑月月捐。“我最近也在策划这个事情。即便我没有太多时间陪孩子，但是每月一捐，算是在提醒我和孩子要一起做点什么！”凌子说。



故事三：“我们帮助他们更好地生活，他们教会我们更热爱生活。”

“影响一个人成长的，往往只有几个关键的瞬间。参加亲子公益行，我觉得就占了一个！”今年暑假，建军带着十岁的萌萌参加了“小爱也温暖”组织的“大凉山公益亲子行”。四个家长带着五个孩子一起走进了大凉山普格县中心小学，为所有孩子发放有校服、玩具和文具的温暖包。学校有310名学生，全部是彝族孩子，有150多名学生是孤儿和准孤儿，百分之九十都是留守儿童，他们不仅缺少良好的教育，其实缺少的是温暖和基本的关爱。为了了解留守儿童的生存现状，几个家庭一起走进了在大山深处几个孩子的家，为孩子们送去了大米。

拿12岁彝族女孩阿老么你各来说，她每天要走两个多小时的山路去上学，父母早就不在身边了，她独居在一个伸手不见五指的破旧土坯房里，整整7年。每天靠老师救助的咸菜和米饭过日子。她最怕的就是下大雨时，漏雨的土坯房被大水冲垮。

看到这些，几个孩子和你各抱着哭成一团，并互相鼓励。在接受活动回访的时候萌萌说：“我不知道竟然有小朋友没有爸爸妈妈照顾，每天靠吃白饭和酸菜生活。这让我想到自己和周围的朋友，遇到问题的时候经常会喊：‘妈妈，帮我拿这个，妈妈，我要这个。’而这里的小朋友连叫妈妈的机会都没有。我以后要多做一些我力所能及的事情，比如洗衣服，比如拿东西；我也要多吃一些力所能及的事情来帮助这些小朋友，比如给他们写信，鼓励他们，回答他们的问题。”

之后萌萌和大凉山的吉克子聪小朋友结成了“一帮一”。他们互相写信，萌萌还经常给小朋友寄一些学习用品。但是这个过程，萌萌从来不觉得自己在帮助子聪，用她的话来说，“我们帮助他们更好地生活，他们教会我们更热爱生活。”

带孩子参加公益，怡然建议：

- 事前跟孩子科普一下公益知识，如果是去服务特殊人群，可以和孩子一起通过网络学习与之相处的注意事项。比如去看望残障儿童，可以提醒孩子看到小朋友与众不同的地方不要感到奇怪。孩子的接纳度是很好的，耐心说明他们很能理解。
- 而有些大面积烧伤儿童可能会让孩子产生不适，去之前说明会带孩子过去，公益机构一般也会做些安排。
- 去到孤儿院、福利院，个人建议把握好公益的度。如果不是定期去看望孩子，和孩子们不要太过亲密，因为这些孩子往往缺少母爱和关怀，他们渴望拥抱，陪伴，但是很多人来这一次只是很短暂的，之后可能不会再来，你走后孩子会感觉到更大的失落。
- 一些公益组织里的孩子因为先天原因，抵抗力较弱。进去之前也要做好消毒、清洁工作。
- 参加完公益活动，可以陪同孩子一起通过木偶剧、图画等表现形式，把自己心中的一些特别有爱的情景展现出来会特别好，自然且深刻。

不同的公益,适合不同的孩子

公益活动是指一定的组织或个人向社会捐赠财物、时间、精力和知识等活动,形式多样。其中一些难度较低的,比如捐赠、知识讲座同样适用于孩子,但往往参与度也会较低。同时也有不少像“小爱也温暖”这种致力于儿童慈善启蒙的公益基金,妈妈网等关注亲子关系的媒体会专门为孩子和妈妈设计公益活动。这类的公益活动专门为孩子打造,更适合孩子参与,家长更多的是个陪同服务的角色;重点不在于帮助他人的力量有多大,而在于能让孩子参与其中,达到慈善启蒙、儿童教育、亲子互动的目的。

环保健身类:

“路走网”会不定期发起公益健走活动,每多一个人参加,光大永明人寿将为贫困地区的孩子捐赠10元钱,用于买鞋。一般这种健走都不是竞技性质的,完全可以带孩子去。和孩子一起健身一起做公益。

现在流行的“行善App”,下载到手机,可以进行记步。你每走1000步,并将此在“行善”上捐赠到某公益组织,就有企业为你想此公益组织捐赠1元钱,用于公益项目。这样能让你和孩子的活动又多了一个趣味点。

亲子合作类:

此类公益和环保健身有相似之处,一般鼓励孩子和家长一起完成某项任务,比如亲子游戏、画画、做陶艺等,有其他组织为此进行财物捐赠,或者直接将亲子作品进行捐赠。如宝马曾经组织过儿童公益绘画比赛,前段时间的爸爸妈妈生活节的公益区,召集了大量公益组织搭建场地,为家长和孩子提供类似的公益活动。

爱心捐赠类:

妈妈网不定期会组织一些公益活动,近期正在筹备儿童拍卖会。号召小朋友捐出自己的二手衣物、玩具、作品,由孩子自己在活动现场义卖。获得的钱可以捐给贫困地区的小朋友,也可以用来在现场买一些自己喜欢的东西。

隶属于中国扶贫基金会的“小爱也温暖”公益基金会不定期举行落地的二手玩具捐赠活动。捐赠的玩具在安全消毒后送给贫困地区的孩子。捐赠之前还会播放纪录片,为孩子讲述大凉山贫困小朋友的故事。

互动交流类:

学校或者红黄蓝等教育机构,会组织学生去敬老院、福利院等。其中会邀请孩子表演节目、准备礼物、和老人或小孩进行互动。一些基金会组织,不仅为特殊儿童提供康复服务,也对社会人士提供儿童康复知识培训。会有些让孩子们与患有自闭症的儿童共同上课,帮助这部分儿童完成康复训练的主题活动。

“小爱也温暖”公益基金会不定期组织家庭去到偏远的贫困地区家访,了解当地情况。同时让孩子和当地小朋友结成“一帮一”,进行长期互帮互助。



专访尹建莉:公益,走心的亲子时光

很多生活在城市里的孩子,看似视野开阔,但难免有局限性。公益则能为这些孩子打开一扇门,看到和自己完全不同的一种生活,看到需要我们帮助的人群,同时看到自己已拥有的,以及可以给予的。如果能让孩子参与其中,并产生兴趣,可能你就为孩子打开了一扇门。

有人会问,这些和亲子关系有什么关系呢?有句话说,“几乎所有的关系都是为了重逢,而亲子关系却是为了更好地分离。”良好的亲子关系终极目标就是为了孩子能更好地走进和融入社会,而不是说你需要通过各种活动打造你和他更亲密的关系,让他更依赖你。

现在很多孩子自我意识很强,“我”的东西别人就不让碰。对于这一点,尹建莉认为每一个幼小的孩子,本能都是自我的。抢东西、霸占东西是正常行为,孩子没有你我的意识。家长不需要去灌输“霸道”等道德评价,可以将它当成和孩子摔跤一样平淡的事情,但是有必要做出一些愿意分享、为人提供帮助的正面榜样和示范。而这些在和孩子一起参加公益活动就是一个很好的方式。

“但是做公益时,请抱着彼此给予的心态。”尹建莉说,“越是多地跟福利院的孩子相处,越是发现他们不需要怜悯。可能在某些社会设施需要给他们提供便利,在某些方面可以为他们提供帮助,但是他们完全不需要同情和怜悯。最大的尊重就是忘掉他们的不幸,带着孩子,用心地和他们相处。”

公益活动,和其他活动最大的不同可能在于公益本身带着为人服务的性质,这是一种对生命和世界的尊重和敬畏。有人说有信仰让人安宁,因为信仰让人产生敬畏和联结。而公益的意义可能就在于此,在公益这个走心的亲子时光里,家长和孩子对生命充满敬畏,相互之间多了一重联结。

**RORO**

资深媒体人。有孩子前自己是个大孩子,有孩子后发现养儿容易教儿难。目前正在以大姐姐的身份和孩子一起学习成长。

从女德班到性教育

文/RORO

最近网络声讨“蒙正女德班”,不禁让我

自问:我打算什么时候让她知道女孩与女

人的区别,或者,什么时候让她学会以一

个什么样的女人的身份存在于世?

前些日子看北京卫视的一档栏目《妈妈听我说》,其中一个四五岁的小女孩抱怨妈妈不让她跟邻居的哥哥们玩,而自己却偏偏爱和男孩子玩。小孩子人小鬼大,给出的理由很有说服力:女孩子事儿太多了,男孩子就没有那么多事儿,玩起来更痛快。反对她和男孩子玩耍的妈妈给出的理由也很让人理解:孩子们越来越大了,首先打打闹闹的容易受伤,另外,孩子们渐渐地有了性别意识,自己女儿不懂事,有时候看到哥哥们洗澡,脱了衣服也要一起洗,这样下去实在让人担心。出人意料的是,现场“陪审”的小朋友们,几乎都赞成男孩子和女孩子一起玩,大家都本着顺其自然的原则。一个六七岁的小姑娘像小大人一样说:“不能不允许一起玩,但你要让孩子知道什么能玩什么不能玩。”搞得家长反而像孩子一样受教了。

相信每个有女儿的家长们都会有同样的担忧和困扰。我儿时也总爱和邻居的二哥一起玩,突然有一天爸爸跟我说,平时没大人看着的时候尽量不要单独和男孩子玩,我当时很是不解,现在了然。我想这大概就是民间最本能的初期性教育吧。谈到性教育,多数国人都是缺失的或是失败的。记得我们初中的时候开始有专门的性教育课程,但是男女生分开上,男生讲男生那点儿事,女生讲的多是生理期的由来,而男女之间那点事

儿真是一笔带过囫囵吞枣,让人毫无印象。可那时候我已经有喜欢的男生了,却还不知道他除了酷酷的爱打篮球多个小鸡鸡外,还能做什么。很多家长对于孩子性教育的方式就是“禁止”,禁止和男孩子玩耍、禁止中学谈恋爱(我不觉得中学恋爱是早恋,所以不打算用“早恋”这个词)禁止把自己打扮得漂漂亮亮招蜂引蝶……然后网上就出现了这样的段子,大致是家长们都希望自己的孩子(特别是女孩)在大学之前完全没有情感经历,专注于学业,然后恨不得一毕业马上就能找到如意郎君招做乘龙快婿。有点扯。

关于性教育,在相对保守的社会前提下,的确无法太提倡离经叛道,但不偏离人的本性已属于社会共识。提倡晚婚晚育不等于压抑正常的青春期情感和生理需求,更不能将对于成功生活的追求过早重负于幼小的心里,什么早恋耽误学习,以后成功了再找女朋友这种情况不是不可能发生,小概率而已。你看最近被吐槽无数的《黄金时代》了吗?怀孕再嫁、三人同居等韵事不断被人拿来当作电影的谈资,但他们追求自由灵魂的方式确实为后人留下了丰厚的精神食粮,而当时墨守陈规的“成功人士”们,怕也是坐在办公室里抱怨着时局的不安定和生活的无聊呢吧。

也许你还不知道,有着世界著名红灯区的荷兰,其少女意外怀孕、堕胎、性病与艾滋病感染的的数据,是全世界最低的,这要得益于他们先进的性教育体系。在当地,性教育在幼儿园阶段便开始了,一直到大学还在进行,也就是说,性教育伴随着一个孩子的成长,通常是始于4岁,至21岁止。而其中的内容,也随着年龄段的不同有相应的变化,比如小学时性教育的核心是反性侵,还要让学生接触到性多元,学会不对他人的性选择进行道德评判等。整体的性教育内容包括了价值观、态度与技巧,这是全面的、积极的性教育。正视,让很多孩子们可以开诚布公地与自己的父母谈论自己的感情问题或是性话题,从而得到父母的指引及建议。对比中国父母追问、子女躲避、地下进行这样的猫抓鼠式的交流,开诚布公显然能够避免许多不好事情的发生。

再回到女德班的话题,你会发现,关于“打不还口,逆来顺受,绝不离婚”以及社会上关于婚前是否该保持处女之身这类的话题是多么的异次元,既然你无法认同这样的反人类本性的观点,那不如更近一步,正视性教育的话题。特别是女孩子的家长,如果你将来希望她成为有独立思想、独立人格和独立能力的现代女性,那么,先让她有权充分认识自己的身体,并且有足够的能力和思想去支配她的身体,从而获得人生愉快的使用感受。



立邦中国品牌升级向全方位涂料服务商迈进 开启“N”多精彩旅程

(中国 北京)9月3日,立邦中国(Nippon Paint China)携带着“N”多精彩在长城脚下举办了品牌升级发布会,展示了其从涂料生产向服务运营的转型,也让参与者见证了立邦迈向“全方位涂料服务商”的无限精彩与可能。

在发布会现场,参与者置身于大大小小的N字中,通过用立邦涂料“泼”出七彩墙面、佩戴安全帽体验刷新服务、欣赏活力四射的舞蹈表演等环节,从消费者的角度全方位感受立邦又一次腾飞。正如立邦中国区总裁钟中林(Eric Chung)所说:“消费者对涂料的需求开始由需要向想要转变。能否提供优质产品与更好的服务成为涂料品牌差异化竞争的关键。立邦的品牌升级,就是从消费者的需求出发。”

在涂料行业,先进的技术和多元化的产品一直是企业满足市场需求、保持竞争优势的关键因素,消费者对于涂料产品本身以及涂装服务的需求也给涂料企业提出了更高的要求。为此,立邦中国开启品牌升级计划,包括品牌识别更新、涂装体系与产品体系完整化、开启涂刷服务新纪元、企业社会责任升级等四大内容,旨在推动创新技术的研发、多元化产品的拓展,让广大中国消费者在涂料功能、涂刷效果和环保、服务等方面有更大选择,从而提供以消费者为核心的服务。

为了更好地服务于消费者,立邦在近年推出许多不只是涂料的产品与服务,打造了包括家装设计网站服务(icolor)、刷新服务、涂装体系在内的全面完整的产品与服务体系,并开启了新的商业模式,从市场趋势研究、产品研发到服务创新,为消费者提供一站式服务。

从今年起,立邦正式邀请1,800名经销商以公益伙伴的身份加入到“为爱上色”公益行动中,内部员工也可以通过“员工志愿者平台”参与各种关怀行动,为身边的弱势群体带去色彩梦想。

立邦将坚持绿色环保的理念,最大化地满足客户的需求,实现真正意义上的产品与服务的持续升级,加速向全方位涂料服务商迈进。

INFO



推出新一代无机房电梯的同时 亦发布了全面升级的工程服务体系

通过日立独创的无脚手架安装工法,日立电梯提高安装质量、降低安装成本的同时为客户缩短电梯安装工期;结合先进的MUGTM维保管理系统、电梯服务支援系统、Ele-CloudTM移动终端信息平台,日立电梯实现电梯运行的信息收集、传输、分析、处理的大数据管理,实时掌握设备运行情况,并有效预防电梯故障发生;借助日立丰富的全球项目服务经验、专业的技术研发团队、个性化及定制化的解决方案,日立电梯为客户提供电梯加装、旧梯改造、设备优化等方面的厂家级技术、服务、配件的支持,真正实现电梯“产品全生命周期”的一站式服务。

目前,日立电梯在全国各地设立了超过75家营分公司以及超过650个服务站点,服务覆盖能力处于行业领先水平。在发布会上,日立电梯宣布推出区域工程服务支持平台,针对售后服务高效、安全、便捷的特点,建立起“一个工程总部,东、西、南、北四大区域工程服务中心”模式,力求在全国范围内实现项目快速响应、技术与服务前移,以提高工程服务的响应速度和处理效率。

日立电梯自成立以来,通过稳固的信赖和领先的技术,不断为客户提升楼宇建筑在经济、社会、技术支持等方面的附加值。在未来的发展中,日立电梯将继续针对中国用户的特点,开发符合中国市场需求的的产品和技术,为中国的城镇化建设提供“安心、舒适、便利”的楼宇交通解决方案。



将传统顶吸改为蝶翼环吸 方太云魔方 吸油烟 神奇好效果 方太 高端厨电领导者

官方微信



扫一扫
了解更多方太信息

FOTILE 方太